HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

NCS: DƯƠNG THỊ TÂN

NGHIÊN CỨU NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA CÁC DOANH NGHIỆP MAY Ở VIỆT NAM

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
MÃ SỐ: 9.34.01.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

HÀ NỘI - 2023

Công trình hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học:

PGS. TS. Nguyễn Ngọc Thắng

PGS. TS. Nguyễn Thị Minh An

Phản biện 1: …….

……

Phản biện 2: …….

……

Phản biện 3: …….

……...

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Học viện tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG,

Vào lúc: ……giờ……ngày……tháng……năm…….

Có thể tìm hiểu luận án tại:

1. **Thư viện Quốc Gia.**
2. **Thư viện Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.**

MỞ ĐẦU

Nền kinh tế Việt Nam hội nhập với khu vực và thế giới ngày càng sâu rộng. Nhiều nhà nghiên cứu đã nhận định rằng Cách mạng công nghiệp lần thứ Tư sẽ đem lại cơ hội cho Việt Nam thu hẹp dần khoảng cách về năng suất, chất lượng với các nước. Tuy nhiên, làm thế nào để thu hẹp khoảng cách này thì cần phải nghiên cứu để có giải pháp và lộ trình cụ thể.

Trong những vừa năm qua, hoạt động đổi mới sáng tạo (ĐMST) nhận được sự quan tâm và chỉ đạo quyết liệt bởi các cấp chính quyền từ Trung ương đến địa phương. Vấn đề ĐMST đã và đang trở thành vấn đề sống còn, là động lực thúc đẩy sự phát triển bền vững của DN. Trong các ngành công nghiệp, dệt may là một trong số ít các ngành công nghiệp của Việt Nam tăng trưởng liên tục trong gần 20 năm qua[1], giải quyết công ăn việc làm cho gần 1,3 triệu lao động, đóng góp khoảng 15% kim ngạch xuất khẩu của cả nước; tuy nhiên, hiện nay đóng góp của DN may nói riêng vào doanh thu hoạt động SXKD của ngành dệt may chưa tương xứng với quy mô và tiềm năng của nó.

Với sự thay thế công nghệ nhanh chóng như hiện nay, việc các DN may Việt Nam lựa chọn phương thức, công nghệ nào cho quá trình sản xuất phụ thuộc rất nhiều vào định hướng phát triển và tiềm lực của mỗi DN. Để giải bài toán này, các DN may cần có cái nhìn tổng thể, sâu sắc và toàn diện để việc đầu tư có hiệu quả nhất, giúp DN phát triển bền vững trong thời đại Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 này.

Mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của luận án: Xác định các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may, từ đó đưa đề xuất một số biện pháp nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may.

Đối tượng nghiên cứu: Các nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may

Phạm vi nghiên cứu:

Phạm vi không gian: Các doanh nghiệp may công nghiệp ở Việt Nam.

Về mặt thời gian:

- Các dữ liệu thứ cấp về các nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo

[1] Giai đoạn 2005-2021

trong DN may được thu thập trong giai đoạn 2014-2021.

- Các dữ liệu sơ cấp phục vụ cho nghiên cứu luận án được thu thập từ tháng 8-tháng 12/2020.

Những đóng góp mới của Luận án

Đóng góp về lý luận:

- Phát triển về mô hình nghiên cứu bao gồm 4 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo trong DN may: Nhân tố thể chế, nhân tố chính sách, nhân tố quản lý và nhân tố marketing.

- Phát triển hệ thống thang đo để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may.

Đóng góp về thực tiễn:

- Giúp xác định được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may Việt Nam, từ đó có một số khuyến nghị đối với các doanh nghiệp may Việt Nam.

- Hàm ý để thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may, các doanh nghiệp cần đổi mới các hoạt động quản lý của bản thân doanh nghiệp.

- Kiến nghị cần có những đổi mới trong hệ thống thể chế.

Bố cục của Luận án

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận, các danh mục, phụ lục, kết cấu của luận án bao gồm 5 chương: Chương 1. Tổng quan nghiên cứu về đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may; Chương 2. Cơ sở lý thuyết về đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp và mô hình nghiên cứu; Chương 3. Qui trình và phương pháp nghiên cứu; Chương 4. Bối cảnh nghiên cứu và kết quả nghiên cứu; và Chương 5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và đề xuất, kiến nghị

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG DOANH NGHIỆP

Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan tới các vấn đề của Luận án được Nghiên cứu sinh nghiên cứu, phân tích và tổng hợp dựa trên 3 nhóm nội dung sau:

- Các công trình nghiên cứu về đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp.

- Các công trình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp, bao gồm các nội dung: (i). Các nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng của môi trường thể chế tới năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp; (ii). Các nghiên cứu về ảnh hưởng của chính sách đối với đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp; (iii). Các nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng

đến đổi mới sáng tạo.

- Các công trình nghiên cứu sử dụng thang đo để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp.

Tổng quan các công trình nghiên cứu đã cho thấy mặc dù đã có một số nghiên cứu tại Việt Nam về chủ đề đổi mới sáng tạo này nhưng vẫn tồn tại những khoảng trống nghiên cứu do các nghiên cứu trước đây về đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may có rất ít và chưa nghiên cứu đầy đủ các nhân tố ảnh hưởng tới cả 4 loại hình đổi mới sáng tạo. Từ khái niệm, nội hàm, thang đo đến các mối quan hệ giữa đổi mới sáng tạo với các biến số khác bên trong và bên ngoài doanh nghiệp chưa có sự thống nhất và được làm rõ.

Một số nội dung mà luận án sẽ kế thừa từ những nghiên cứu trước:

- Một số nghiên cứu đã từng đề cập đến các nhân tố ảnh hưởng của môi trường thể chế tới đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp.

- Một số nghiên cứu đã đề cập đến các nhân tố ảnh hưởng thuộc về chính sách đối với đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp.

- Một số nghiên cứu đã đề cập đến các nhân tố thuộc bản thân doanh nghiệp ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo, các nhân tố này bao gồm: sự đồng cảm, thấu cảm của cấp trên; sự công nhận, thừa nhận, hay phần thưởng; sự ủng hộ của lãnh đạo/nhà quản lý đối với đổi mới sáng tạo; thái độ đổi mới của lãnh đạo doanh nghiệp; hiệu quả điều hành trong tổ chức;… Qua sàng lọc sự trùng lắp các nhân tố trong các công trình nghiên cứu trên cho thấy, có thể phân loại các nhân tố trên về 2 nhóm nhân tố là nhóm nhân tố liên quan đến công tác quản lý trong doanh nghiệp và nhóm nhân tố liên quan đến hoạt động marketing của doanh nghiệp.

- Qua tổng quan tài liệu cho thấy, đã có hơn 200 thang đo khác nhau liên quan đến đổi mới sáng tạo.

Một số vấn đề còn tồn tại, những quan điểm khác nhau và các vấn đề lý luận, thực tế đặt ra nhưng chưa được nghiên cứu giải quyết, cụ thể:

- Cho tới nay vẫn chưa có một định nghĩa thống nhất về đổi mới sáng tạo.

- Tổng quan các công trình nghiên cứu cho thấy: chưa có nhiều doanh nghiệp ban hành chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo; các nghiên cứu về đổi mới sáng tạo từ góc nhìn của chính bản thân doanh nghiệp còn rất hiếm ở Việt Nam đặc biệt là nghiên cứu sâu về ngành may ở Việt Nam hoặc chưa bao quát hết các yếu tố bên trong có khả năng tác động đến việc duy trì hoạt động đổi mới.

- Chính sách, pháp luật đối với khuyến khích đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp tại Việt Nam hiện còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn phát triển của doanh nghiệp.

- Bên cạnh những tháo gỡ về chính sách, pháp luật của Nhà nước để giúp doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo, Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc đề ra định hướng ưu tiên phát triển kinh tế và xã hội trong dài hạn, đảm bảo cung cấp đầy đủ nguồn lực phát triển hệ thống đổi mới sáng tạo.

- Ngành may đang là một trong những ngành mang lại kim ngạch xuất khẩu lớn, đóng góp quan trọng cho GDP của Việt Nam, vậy nên nghiên cứu thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp may càng trở lên cấp bách và cần thiết hơn bao giờ hết.

Từ những phân tích trên, NCS hướng nghiên cứu của mình tập trung vào các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp may tại Việt Nam. Với hướng nghiên cứu này thì điểm khác trong nghiên cứu của luận án so với các nghiên cứu trước là:

- Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may.

- Xây dựng mô hình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp may tại Việt Nam.

- Kế thừa và bổ sung thêm một số biến như: biến số "quyết tâm của lãnh đạo DN", "khích lệ động viên của lãnh đạo doanh nghiệp", "năng lực sáng kiến, cải tiến của người lao động" cho nhóm nhân tố "quản lý", "văn hóa đổi mới sáng tạo của DN" cho nhóm nhân tố thể chế nội bộ DN có ảnh hưởng tới hoạt động đổi mới sáng tạo trong DN may.

- Xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến đổi mới sáng tạo từ đó đưa ra một số đề xuất nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may.

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG DOANH NGHIỆP VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Khái quát đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

2.1.1. Khái niệm đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Theo OECD (2005, trang 46) đã đề xuất một định nghĩa về đổi mới sáng tạo tại cấp độ doanh nghiệp như sau: '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'.

Theo OECD (2005), *đổi mới là tất cả khoa học, công nghệ, tổ chức, tài chính và các bước thương mại thực sự, hoặc dự định, dẫn đến việc thực hiện đổi mới*. Tài liệu này đưa ra ba khái niệm liên quan đến tính mới của đổi mới sáng tạo: mới đối với doanh nghiệp, mới đối với thị trường, và mới đối với thế giới, trong đó, mới (hoặc cải tiến đáng kể) đối với doanh nghiệp là yêu cầu tối thiểu. Những sản phẩm/quy trình/phương pháp được thực hiện lần đầu tiên trong một doanh nghiệp được coi là đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp đó mặc dù nó có thể đã được thực hiện bởi các doanh nghiệp khác. Một đổi mới sáng tạo được coi là mới đối với thị trường nếu doanh nghiệp là đơn vị đầu tiên giới thiệu nó trên thị trường hoạt động của mình. Một đổi mới sáng tạo là mới đối với thế giới 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.

Vậy, để được coi là một đơn vị sáng tạo, doanh nghiệp có ba phương án lựa chọn. Một là, áp dụng hoàn toàn kết quả đổi mới sáng tạo đã được áp dụng ở doanh nghiệp khác. Hai là, áp dụng một phần đổi mới sáng tạo đã được áp dụng ở doanh nghiệp khác và điều chỉnh phù hợp với hoàn cảnh cụ thể của doanh nghiệp. Ba là, tự đổi mới sáng tạo cho riêng doanh nghiệp mình mà chưa từng được áp dụng ở bất kỳ nơi đâu, doanh nghiệp nào.

Theo Bessant và Tidd (2007, trang 29) [34] định nghĩa đổi mới sáng tạo là một "quá trình chuyển đổi các ý tưởng thành những sản phẩm, qui trình và dịch vụ mới và hữu dụng".

Đổi mới sáng tạo không chỉ đơn giản là thiết bị mới, ý tưởng mới hay phương pháp mới, mà nó được thực hiện qua một quá trình khám phá ra những cách làm mới. Nó cũng có mối liên hệ mật thiết với thay đổi mô hình kinh doanh và thích nghi với những thay đổi để tạo ra những sản phẩm dịch vụ tốt hơn.

Trong luận án này này, tác giả sẽ sử dụng khái niệm của OECD năm 2005 vì nó bao quát toàn diện các khái niệm của các tác giả trên và như vậy đổi mới sáng tạo là việc thực thi một sản phẩm mới 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.

2.1.2. Vai trò của đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Đối với doanh nghiệp, thực hiện đổi mới sáng tạo là tất yếu, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Đổi mới sáng tạo là nhân tố chính quyết định năng lực cạnh tranh, tăng trưởng, lợi nhuận và tạo ra các giá trị bền vững.

Đổi mới sáng tạo dưới hình thức là sản phẩm mới góp phần gia tăng doanh số vì các sản phẩm mới này đóng góp đáng kể vào sự hài lòng của khách hàng hiện tại cũng như tìm kiếm được các khách hàng mới.

Đổi mới quy trình sản xuất sẽ làm giảm chi phí sản xuất hoặc chi phí vận chuyển, gia tăng chất lượng sản phẩm. Đổi mới phương pháp tổ chức làm giảm chi phí hành chính hoặc chi phí giao dịch, cải thiện tính linh hoạt và sự hài lòng nơi làm việc và do đó gia tăng năng suất lao động. ĐMST về quy trình sản xuất và phương pháp tổ chức đóng góp lớn cho việc giảm chi phí và gia tăng tính linh hoạt của DN. Đổi mới marketing làm gia tăng sự hài lòng của khách hàng cũng như trực tiếp hướng sự quan tâm của khách hàng tới DN.

2.1.3. Các cách tiếp cận về đổi mới sáng tạo và phân loại đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

2.1.3.1. Các cách tiếp cận về đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Trong hệ thống lý thuyết hiện nay có hai cách tiếp cận về đổi mới sáng tạo. Cách thứ nhất tập trung vào quá trình thực hiện đổi mới sáng tạo, trong khi cách tiếp cận thứ hai lại tập trung vào kết quả của đổi mới sáng tạo.

Trong cách tiếp cận thứ nhất, các học giả quan tâm đến các quá trình hình thành và phát triển ý tưởng. Ít nhất hai giai đoạn thường được công nhận trong quá trình đổi mới: giai đoạn tạo ý tưởng và giai đoạn thực hiện.

Trong cách tiếp cận thứ hai, yếu tố được nhấn mạnh là "tính mới", tính hữu ích của sản phẩm, dịch vụ làm ra.

2.1.3.2. Phân loại đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Theo OECD, đổi mới sáng tạo có thể được chia ra làm bốn loại: đổi mới sáng tạo sản phẩm, đổi mới sáng tạo qui trình, đổi mới sáng tạo marketing, đổi mới sáng tạo tổ chức.

Thứ nhất, *đổi mới sáng tạo sản phẩm* là sự sáng tạo và giới thiệu mới sản phẩm mang tính khác biệt với các sản phẩm hiện có.

Thứ hai, *đổi mới sáng tạo quy trình* là việc thực hiện một cải tiến mới hoặc được cải thiện đáng kể phương thức sản xuất hoặc giao hàng.

Thứ ba, *đổi mới sáng tạo marketing* là việc thực thi một biện pháp marketing mới liên quan đến những thay đổi quan trọng trong thiết kế hoặc đóng gói sản phẩm, phân phối sản phẩm, quảng bá sản phẩm hoặc định giá sản phẩm.

Cuối cùng, "đổi mới sáng tạo tổ chức là việc thực hiện một phương pháp tổ chức mới trong các hoạt động kinh doanh của công ty, tổ chức nơi làm việc hoặc các mối quan hệ đối ngoại".

Ngoài ra, theo mức độ thay đổi thì đổi mới sáng tạo được chia ra thành đổi mới sáng tạo đột phá và đổi mới sáng tạo tích lũy.

2.1.4. Năng lực đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Để tồn tại và phát triển, mỗi doanh nghiệp cần phải có một số năng lực đặc biệt nào đó. Năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp bao gồm năng lực phát triển công nghệ, năng lực hoạt động, năng lực giao dịch và năng lực quản lý.

2.2. Nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

2.2.1. Nhân tố bên ngoài ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Theo OECD, các quy định pháp luật liên quan tới đổi mới sáng tạo có thể được chia làm ba nhóm: kinh tế, xã hội và hành chính.

Trong khi đó, các chính sách liên quan tới đổi mới sáng tạo có thể được định nghĩa như một tổng thể các hành động, giải pháp và công cụ nhằm tăng số lượng và hiệu quả của hoạt động đổi mới sáng tạo và cải thiện năng lực đổi mới sáng tạo; và có thể được chia theo lĩnh vực như chính sách về khoa học công nghệ, tài chính, thuế, tài khóa, đào tạo, đất đai…

2.2.2. Nhân tố bên trong đến đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp

Các nhà quản trị, môi trường làm việc, văn hóa tổ chức và quản trị nhân sự là những yếu tố khiến cho cá nhân, nhóm và doanh nghiệp thực hiện thành công các hoạt động đổi mới sáng tạo.

Tác giả Hồng Việt đã phân tích mối quan hệ của các nhân tố chính ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp da giầy Hà Nội bao gồm nhân sự, tri thức, mối quan hệ liên kết, các phương tiện hỗ trợ và khung thể chế.

Vương Đức Hoàng Quân, năm 2018, đã chỉ ra 8 nhóm yếu tố có ảnh hưởng đến năng lực đổi mới sáng tạo của DN Việt Nam: nhóm yếu tố thể chế/Sự hỗ trợ của cơ quan quản lý; nhóm yếu tố đặc trưng của doanh nghiệp; nhóm yếu tố thái độ đổi mới của lãnh đạo doanh nghiệp; nhóm yếu tố năng

lực hiện hữu về công nghệ và con người; nhóm yếu tố hiệu quả điều hành trong tổ chức; nhóm yếu tố môi trường kinh doanh; nhóm yếu tố mối quan hệ với đối tác; nhóm yếu tố khả năng tiếp cận các nguồn lực từ bên ngoài.

2.3. Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo trong DN may

2.3.1. Cơ sở đề xuất mô hình nghiên cứu

Tổng quan các tài liệu về đổi mới sáng tạo cho thấy có một số công trình đã đưa ra được một số những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới sáng tạo. Có hai nhóm yếu tố tác động đến quá trình đổi mới sáng tạo gồm có: các yếu tố bên trong và các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.

Bên cạnh việc tham khảo các nhân tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo như: mô hình nghiên cứu của Trần Thị Hồng Việt, nhóm yếu tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo của Vương Đức Hoàng Quân, để đề xuất mô hình nghiên cứu, NCS đã tham khảo lý thuyết nền trong mô hình đánh giá về các nhân tố ảnh hưởng tới tăng trưởng của doanh nghiệp dựa trên đổi mới sáng tạo của các nhà kinh tế học đưa ra, điển hình là lý thuyết về sự tăng trưởng của doanh nghiệp thông qua quản trị, kỹ năng và hoạt động sản xuất của Michael Best xuất bản năm 2018[2]. Mô hình của ông được xây dựng dựa trên quan sát hàng trăm doanh nghiệp lớn trên toàn thế giới và tổng quan của gần 200 năm phát triển của lý thuyết kinh tế về doanh nghiệp và các hình thức đổi mới sáng tạo khác nhau của doanh nghiệp từ những cấp thấp cho đến cấp cao. Theo ông, doanh nghiệp chỉ có thể tồn tại, phát triển dựa trên đổi mới sáng tạo thông qua đổi mới mô hình quản trị, nâng cao kỹ năng của người lao động và hơn hết là chính quyền phải tạo nền tảng thể chế và phổ chính sách để hỗ trợ cho doanh nghiệp phát triển dựa trên năng lực đổi mới sáng tạo của bản thân doanh nghiệp hơn là hỗ trợ từng doanh nghiệp bằng các công cụ chính sách đơn thuần.

2.3.2. Đề xuất mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước và tổng hợp ý kiến của chuyên gia trong nghiên cứu định tính, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm các nhóm nhân tố sau đây:

- Nhóm nhân tố thể chế bao gồm thể chế Nhà nước và thể chế nội bộ của doanh nghiệp có liên quan đến hoạt động đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

[2] Sách "How Growth Really Happens: The Making of Economic Miracles through Production, Governance, and Skills của Michael Best xuất bản năm 2018 tại Nhà xuất bản MIT, Mỹ"

- Nhóm nhân tố chính sách của nhà nước: Những chính sách của Nhà nước có ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp.

- Nhóm nhân tố quản lý bao gồm các chỉ số đo lường về nhân tố ảnh hưởng từ lãnh đạo của doanh nghiệp và các chỉ số đo lường về quy trình quản lý hiện hành của doanh nghiệp trong ngành may.

- Nhóm nhân tố liên quan đến Marketing bao gồm các chỉ số đo lường về nhân tố marketing nội tại của doanh nghiệp và các chỉ số đo lường về các nhân tố từ bên ngoài ảnh hưởng đến phải thay đổi phương pháp marketing của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 3. QUI TRÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Cách tiếp cận và qui trình nghiên cứu

3.1.1. Cách tiếp cận nghiên cứu

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu đã xác định, cách tiếp cận nghiên cứu của luận án là tiếp cận từ góc độ quản trị doanh nghiệp, kết hợp giữa nghiên cứu lý luận và thực tiễn. Cùng với thực hiện các nghiên cứu lý thuyết, luận án đặc biệt coi trọng tiếp cận thực chứng, nghiên cứu từ thực tế thông qua việc điều tra, khảo sát các nhà quản trị doanh nghiệp.

3.1.2. Quy trình nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu của luận án bao hàm dữ liệu định tính và định lượng nên NCS lựa chọn quy trình nghiên cứu hỗn hợp, kết hợp cả phương pháp định tính và phương pháp định lượng. Đối với dữ liệu định lượng, đề tài nghiên cứu thu thập dữ liệu trên cơ sở các biến số đã được xác lập dựa trên khung lý thuyết của đề tài nghiên cứu để phân tích thống kê, tạo ra các kết quả định lượng. Theo đó có thể cung cấp được những thông tin hữu ích về ảnh hưởng của các nhân tố tới đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp trong ngành may. Tuy nhiên, dữ liệu định tính, NCS đã tổng hợp nhiều quan điểm khác nhau về chủ đề nghiên cứu và cung cấp một bức tranh tổng thể về tình hình nghiên cứu.

Đối với đề tài nghiên cứu của luận án, NCS lựa chọn quy trình nghiên cứu thứ ba là *thiết kế tuần tự khám phá*. Trong quy trình nghiên cứu này, chúng ta cần:

- Nhấn mạnh dữ liệu định tính nhưng cũng cần sự hậu thuẫn, chứng minh của dữ liệu định lượng

- Quy trình nghiên cứu này quy định thứ tự thu thập dữ liệu theo hướng thu thập dữ liệu định tính trước và dữ liệu định lượng sau.

- NCS sử dụng quy trình nghiên cứu hỗn hợp sau khi đã lập kế hoạch dựa trên dữ liệu định lượng để xây dựng hoặc giải thích những phát hiện định tính ban đầu.

Ưu điểm của phương pháp nghiên cứu này cho phép NCS xác định các phép đo thực sự được đặt nền tảng trong dữ liệu thu được từ những người tham gia nghiên cứu.

Để có thể triển khai qui trình nghiên cứu như đã mô tả trong hình 3.2, NCS thực hiện theo các bước sau đây:

Bước 1. Nghiên cứu lý thuyết

Bước 2. Thiết kế và triển khai nghiên cứu định tính.

Bước 3. Sử dụng các chiến lược để xây dựng nghiên cứu định lượng dựa trên kết quả định tính.

Bước 4. Thiết kế và triển khai nghiên cứu định lượng.

Bước 5. Giải thích kết quả.

3.2. Phương pháp điều tra, thu thập và xử lý thông tin

3.2.1. Phương pháp điều tra

Tác giả luận án sử dụng hai bảng hỏi: (i) bảng hỏi phỏng vấn sâu đối với các lãnh đạo doanh nghiệp may; và (ii) bảng hỏi hỗn hợp các câu hỏi định tính và định lượng đối với các lãnh đạo doanh nghiệp và đơn vị thuộc doanh nghiệp. Việc xác định đối tượng điều tra, phỏng vấn được tiến hành dựa trên đối tượng nghiên cứu của đề tài.

Với bảng hỏi phỏng vấn sâu, NCS kỳ vọng thu thập được những thông tin định tính có tính khám phá các vấn đề cốt lõi và có được những thông tin sâu để xác định được mối quan hệ nhân quả giữa hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo với chất lượng hoạt động của doanh nghiệp.

Sử dụng phiếu điều tra hỗn hợp các câu hỏi định tính và định lượng trong điều tra tình hình thực tế của doanh nghiệp, NCS có thể phác họa được tình hình của các doanh nghiệp may Việt Nam dưới góc độ những người làm trực tiếp tại các phòng, ban của doanh nghiệp.

Sự đa dạng đối tượng hỏi sẽ giúp cho NCS thu thập được các thông tin hữu ích về các hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo ở các cấp dưới của lãnh đạo doanh nghiệp. Kết hợp với thông tin từ các lãnh đạo doanh nghiệp, thông tin thu thập được từ bảng hỏi hỗn hợp sẽ giúp cho NCS mô tả được chân thực hiện trạng của trạng thái đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may Việt Nam.

3.2.2. Phương pháp thu thập thông tin

Để có thể thu thập được các thông tin từ phía doanh nghiệp một cách khách quan, NCS lựa chọn phương pháp điều tra chọn mẫu ngẫu nhiên.

3.2.3. Phương pháp xử lý thông tin

Thông tin thu thập của luận án này sẽ bao gồm hai dạng: (i) dạng định tính; và (ii) dạng định lượng.

Đối với dữ liệu định tính từ điều tra phỏng vấn sâu, NCS sẽ tiến hành phân tích nhằm tìm ra những xu hướng và các chủ đề trọng tâm có ảnh hưởng nhiều tới hoạt động khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo. Theo đó, khi thông tin thu thập từ phỏng vấn sâu đã bị bão hòa thì NCS sẽ dừng quá trình phỏng vấn chuyên sâu.

3.3. Xây dựng thang đo của các nhân tố

Các nhân tố trong mô hình nghiên cứu đều là các biến tiềm ẩn (latent variable) được đo lường thông qua các biến quan sát (items). Các biến quan sát để đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu được xây dựng thông qua việc tiếp thu có chọn lọc các thang đo đã được sử dụng trong các nghiên cứu trước đây. Chu trình phát triển thang đo cho các biến nghiên cứu trong mô hình được mô tả như sau:

Bước 1: Xây dựng thang đo nháp

Các biến quan sát (item) sử dụng để đo lường các biến nghiên cứu/nhân tố trong mô hình nghiên cứu đề xuất được tham khảo từ tổng quan lý thuyết và nghiên cứu của các học giả trước đây, bao gồm: Nhóm nhân tố quản lý được đo lường bằng 9 biến quan sát; Nhóm nhân tố thể chế được đo lường bằng 7 biến quan sát; Nhóm nhân tố chính sách được đo lường bằng 6 biến quan sát; Nhóm nhân tố Marketing bao gồm 6 nhân tố chủ quan và 6 nhân tố khách quan.

Bước 2. Hiệu chỉnh thang đo

NCS lựa chọn 13 chuyên gia, trong đó có người đã tham gia phỏng vấn hiệu chỉnh mô hình (3 người) và tham gia quá trình hiệu chỉnh bộ thang đo nghiên cứu. Nhìn chung các chuyên gia đều khá đồng quan điểm trong việc xây dựng các biến và thang đo của mô hình nghiên cứu mà NCS đã phác thảo.

Bước 3. Hiệu chỉnh ngữ nghĩa

Các chỉ tiêu (câu hỏi) giữ lại sau đánh giá chuyên gia tiếp tục được hiệu chỉnh ngữ nghĩa phục vụ cho khảo sát sơ bộ. NCS đã thực hiện phỏng vấn 13 cá nhân tại 05 doanh nghiệp lớn. Sau khi nhận phản hồi bảng hỏi được điều

chỉnh ở một số câu hỏi trong cách diễn đạt để đảm bảo dễ hiểu và không gây nhầm lẫn với người trả lời.

Bước 4. Điều tra thử và điều chỉnh

Một điều tra thử để đánh giá tính tin cậy của các câu hỏi sử dụng đo lường cho các biến nghiên cứu trong mô hình. NCS tiến hành phát đi 20 phiếu điều tra cho các lãnh đạo từ cấp cơ sở trở lên tại các DN may trong mạng quan hệ cá nhân của NCS để đánh giá sơ bộ thang đo xây dựng được.

Bước 5. Bảng hỏi chính thức

Kết quả sau điều tra và đánh giá sơ bộ cho thấy một số câu hỏi cần điều chỉnh về cách diễn đạt cho dễ hiểu hơn, tránh nhầm lẫn với người trả lời. Bảng câu hỏi tiếp tục được điều chỉnh qua thảo luận với chuyên gia tại DN về cách diễn đạt nội dung các câu hỏi. Kết quả cuối cùng thu được bảng hỏi cho điều tra chính thức.

3.4. Mô tả mẫu khảo sát

Quá trình gửi phiếu khảo sát được tiến hành trong vòng 2 tháng. NCS gửi 420 phiếu tới 162 doanh nghiệp may và nhận lại được 360 phiếu có thông tin như yêu cầu, đạt tỷ lệ 85,7%. Trong tổng số các DN tham gia khảo sát thì có 48,15% là DN nhà nước, 49,07% là DN tư nhân trong nước và có 2,78% là DN có vốn đầu tư nước ngoài. Theo quy mô lao động của DN thì có 4,02% DN có số lao động xấp xỉ 200, 5,8% DN có số lao động trong khoảng 200 – 500 lao động và có 90,18% số DN có lao động từ 500 người trở lên.

CHƯƠNG 4. BỐI CẢNH NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thực trạng đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may Việt Nam

4.1.1. Giới thiệu về ngành may Việt Nam

Tổng hợp số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2020 toàn ngành công nghiệp dệt may Việt Nam có 13.228 doanh nghiệp, trong đó số lượng doanh nghiệp may (sản xuất trang phục) chiếm tỷ trọng lớn 63% với 8.370 doanh nghiệp.

Bên cạnh các đóng góp lớn về kim ngạch xuất khẩu cũng như thặng dư thương mại, ngành may còn là ngành sử dụng nhiều lao động, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp sang công nghiệp. Lực lượng lao động công nghiệp trong ngành dệt may tính đến hết năm 2020 là khoảng 1,8 triệu người, chiếm gần 3% tổng lực lượng lao động cả nước.

Cạnh tranh trên thị trường lao động may ngày càng trở nên khốc liệt. Chi phí tiền lương bình quân của lao động may tăng nhanh trong khoảng 10 năm

gần đây.

Về công nghệ sản xuất, dệt may là một chuỗi sản xuất khép kín, đi từ khâu trồng bông, sản xuất xơ; kéo sợi; dệt vải, nhuộm hoàn tất; may và phân phối sản phẩm. Trong chuỗi luân chuyển hàng hoá dệt may toàn cầu, rào cản gia nhập chuỗi khá thấp đối với các doanh nghiệp may.

Về hiện trạng máy móc thiết bị của ngành May, trình độ công nghệ của ngành may hiện nay được đánh giá là khá tiên tiến và có thể cạnh tranh được với một số nước trong khu vực. Các thế hệ dây chuyền thiết bị sử dụng tương đối hiện đại và đồng bộ cao.

4.1.2. Thực trạng tình hình kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc Việt Nam

Ngành dệt may Việt Nam là ngành có vị trí quan trọng trong nền kinh tế. Theo số liệu của Hiệp hội Dệt May Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam năm 2022 đạt 44 tỷ USD tăng 9% so với năm 2021, năm 2021 đạt 40 tỷ USD tăng 15% so với năm 2020.

Về thị trường xuất khẩu, Mỹ vẫn là thị trường lớn nhất, tiếp đó là các nước thành viên Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và EU.

Mặc dù, đạt được kết quả khả quan, nhưng ngành Dệt may Việt Nam đang đứng trước những khó khăn, thách thức, đó là: Căng thẳng thương mại Mỹ-Trung ảnh hưởng tới tỷ giá giữa các đồng tiền, giá hàng hóa gia công tại Việt Nam cao hơn so với một số nước trong khu vực như: Hàn Quốc, Trung Quốc dẫn tới ảnh hưởng đến các đơn hàng xuất khẩu, đặc biệt với nhóm hàng dệt may. Trong năm 2020, do ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid - 19, ngành Dệt may Việt Nam gặp nhiều nhiều khó khăn và thách thức: (i) Đứt gãy chuỗi cung ứng nguyên vật liệu (ii) Đơn hàng sụt giảm nghiêm trọng…

4.1.3. Các phương thức sản xuất hàng may mặc

Ngành dệt may thế giới chủ yếu thực hiện theo bốn phương thức sản xuất từ thấp đến cao, bao gồm: phương thức sản xuất gia công (CMT), phương thức sản xuất thiết bị gốc hoặc mua nguyên liệu bán thành phẩm (OEM/FOB), phương thức sản xuất thiết kế gốc (ODM) và phương thức sản xuất bằng thương hiệu của DN (OBM).

4.1.4. Thực trạng đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may Việt Nam

4.1.4.1. Nguồn lực cho đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Doanh nghiệp quy mô càng lớn thì càng đầu tư nhiều cho NC&PT. Trong

khi 7,3% doanh nghiệp lớn có quỹ phát triển KH&CN thì tỷ lệ này chỉ ở mức 2,8% với doanh nghiệp vừa và 2,5% với doanh nghiệp nhỏ. Tương tự, 14,3% doanh nghiệp lớn cho biết có bộ phận NC&PT, cao hơn hẳn con số 5,9% với doanh nghiệp vừa và 3,3% với doanh nghiệp nhỏ.

Nhìn chung, không có nhiều doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ của Nhà nước (Khoảng hơn 85% số doanh nghiệp được khảo sát không nhận được sự hỗ trợ của Nhà nước). Việc doanh nghiệp thiếu thông tin về các hình thức hỗ trợ của Nhà nước là rào cản chính khiến các doanh nghiệp không tận dụng được các hình thức hỗ trợ của Nhà nước

Vốn cho đổi mới sáng tạo chủ yếu sử dụng vốn tự có của doanh nghiệp và không có nhiều doanh nghiệp lựa chọn phương án hợp tác với các đơn vị/tổ chức khác nhằm thực hiện ĐMST

4.1.4.2. Nội dung đổi mới sáng tạo: đổi mới sáng tạo sản phẩm, đổi mới sáng tạo quy trình, đổi mới sáng tạo marketing, đổi mới sáng tạo tổ chức.

Trong 908 doanh nghiệp may tỷ lệ doanh nghiệp có máy móc thiết bị được tự động hóa, điều khiển bằng máy tính chiếm 1,34%, tỷ lệ DN may đổi mới sáng tạo có máy móc thiết bị tự động hóa, điều khiển bằng máy tính chiếm 0,56%.

Về đổi mới sản phẩm: Trong tổng số 555 doanh nghiệp may đổi mới sáng tạo có 227 doanh nghiệp thực hiện đổi mới sản phẩm, chiếm 40,9%.

Về đổi mới qui trình công nghệ. Trong số 380 DN đổi mới sáng tạo có 68% doanh nghiệp có đổi mới qui trình công nghệ; 42% doanh nghiệp đổi mới qui trình công nghệ có phiếu sử dụng được.

Đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp may Việt Nam chưa nhiều, loại hình đổi mới nhiều nhất chiếm chưa đến 50% số DN được khảo sát. Có đủ các loại hình đổi mới sáng tạo nhưng tỷ lệ doanh nghiệp may đổi mới của từng loại là khác nhau và chủ yếu tập trung vào đổi mới sản phẩm, qui trình, còn ít doanh nghiệp đổi mới tổ chức và Marketing. Nhân tố quyết định đến đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may là nhân tố con người bao gồm: nhà quản lý, đội ngũ nhân viên trong đó có đội ngũ Marketing, P&D. Ngoài ra còn một số nhân tố khác như: văn hóa doanh nghiệp, cơ chế chính sách, quan hệ liên kết với các tổ chức khác về đổi mới sáng tạo…

4.1.5. Cơ hội và thách thức đổi mới sáng tạo đối với doanh nghiệp may Việt Nam

4.1.5.1. Cơ hội đổi mới sáng tạo đối với doanh nghiệp may Việt Nam

Thứ nhất, đổi mới sáng tạo là đòn bẩy phát triển kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn.

Thứ hai, doanh nghiệp càng đổi mới sáng tạo mạnh mẽ thì dấu ấn của nhà quản lý càng đậm sâu

Thứ ba, đổi mới sáng tạo giúp DN dần hình thành lên văn hóa về đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp.

4.1.5.2. Thách thức đổi mới sáng tạo đối với doanh nghiệp may Việt Nam

Thứ nhất, thách thức đến từ vấn đề thể chế, chính sách.

Thứ hai, thách thức đến từ cơ chế chia sẻ, hợp tác về đổi mới sáng tạo.

Thứ ba, thách thức xuất phát từ nhận thức và trình độ của người lao động trong doanh nghiệp về đổi mới sáng tạo.

4.2. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may Việt Nam

4.2.1. Tổng quan về dữ liệu điều tra

Nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới quản lý tại doanh nghiệp được xây dựng dựa trên các yếu tố sau: (i) Quyết tâm của lãnh đạo doanh nghiệp; (ii) Môi trường làm việc của doanh nghiệp; (iii) Nhận thức của người lao động trong doanh nghiệp; (iv) Quy định hành chính của doanh nghiệp; (v) Tiêu chí thi đua, khen thưởng; (vi) Công tác đào tạo kỹ năng phát triển cải tiến, sáng kiến; (vii) Khích lệ, động viên của lãnh đạo doanh nghiệp; (viii) Năng lực sáng kiến, cải tiến của người lao động; (ix) Tăng lương, thưởng dựa trên sáng kiến, cải tiến.

Nhân tố về thể chế ảnh hưởng tới đổi mới, sáng tạo của doanh nghiệp được xác định dựa trên các yếu tố sau: (i) Các quy định quản lý của nhà nước về đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp thông qua chế độ báo cáo, thanh tra, kiểm tra định kỳ; (ii) Các quy định điều tiết của nhà nước về đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp thông qua chính sách thuế và hỗ trợ doanh nghiệp; (iii) Các quy định nội bộ của doanh nghiệp liên quan đến đổi mới sáng tạo; (iv) Văn hóa đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp; (v) Liên kết giữa doanh nghiệp với các cơ sở nghiên cứu chuyên sâu; (vi) Tinh thần đoàn kết đổi mới sáng tạo của các nhân viên trong doanh nghiệp; và (vii) Tinh thần đoàn kết giữa nhân viên và lãnh đạo doanh nghiệp trong đổi mới, sáng tạo.

Nhân tố chính sách ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp được xác định dựa trên các yếu tố: (i) Chính sách hỗ trợ tài chính của nhà nước; (ii) Chính sách thuế của nhà nước; (iii) Chính sách hỗ trợ của nhà nước

trong tiếp cận thị trường của sản phẩm mới của doanh nghiệp; (iv) Chính sách phát triển, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu của nhà nước; (v) Chiến lược phát triển ngành dệt may; và (vi) Quy hoạch phát triển ngành dệt may.

Nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới hoạt động marketing bao gồm hai nhóm yếu tố thuộc về chủ quan và khách quan. Nhóm yếu tố chủ quan bao gồm: (i) Năng lực đổi mới sáng tạo của các cán bộ phòng marketing; (ii) Khả năng thiết kế phương án marketing độc đáo và khác biệt; (iii) Chiến lược marketing của doanh nghiệp; (iv) Sự quan tâm của lãnh đạo doanh nghiệp đối với sự đổi mới chiến lược marketing của doanh nghiệp; (v) Khả năng áp dụng có cải tiến các phương thức marketing sáng tạo hàng đầu hiện nay; (vi) Nhân viên phòng marketing chỉ cần áp dụng phương thức marketing truyền thống. Nhóm yếu tố khách quan bao gồm: (i) Áp lực đổi mới từ phía đối thủ cạnh tranh trực tiếp; (ii) Sự thay đổi mối quan tâm của khách hàng; (iii) Sự thay đổi của các công nghệ marketing hiện đại; (iv) Các doanh nghiệp khác trong ngành đổi mới phương thức thực hiện marketing; (v) Cơ cấu khách hàng của doanh nghiệp thay đổi; (vi) Phương án bố trí phòng làm việc cho các cán bộ phòng marketing.

Các nhân tố được đo theo thang đo dạng Likert với các giá trị sau: (i) nhận giá trị là 1 nếu "Ảnh hưởng rất tiêu cực"; (ii) nhận giá trị là 2 nếu "Ảnh hưởng tiêu cực"; (iii) nhận giá trị là 3 nếu "Có ảnh hưởng bình thường"; (iv) nhận giá trị 4 nếu “Ảnh hưởng tích cực”; nhận giá trị 5 nếu “Ảnh hưởng rất tích cực”

4.2.2. Kết quả phân tích Cronbach alpha đối với các nhân tố

4.2.2.1. Kết quả phân tích Cronbach alpha đối với các yếu tố

Để kiểm định mức độ nhất quán bên trong của các yếu tố, NCS thực hiện kiểm định Cronbach Alpha đối với toàn bộ các yếu tố. Mức độ nhất quán của các yếu tố ở mức rất cao so với 0,7 - mức chấp nhận được của hệ số Cronbach Alpha. Kết quả này hàm ý có thể sử dụng các yếu tố này để tiếp tục phân tích cụ thể mức độ nhất quán của từng nhóm nhân tố tác động.

4.2.2.2. Kết quả phân tích Cronbach Alpha đối với các nhóm nhân tố

Thứ nhất, đối với nhóm nhân tố quản lý

Kết quả phân tích Cronbach Alpha đối với các yếu tố của nhân tố về hoạt động quản lý cho thấy mức độ nhất quán của các yếu tố khá cao. Hệ số Cronbach Alpha của toàn bộ 9 yếu tố là 0,9284.

Thứ hai, đối với nhóm nhân tố Thể chế

Kết quả phân tích Cronbach Alpha cho thấy kết quả khá khả quan. Giá trị Cronbach Alpha của nhân tố Thể chế là 0,9364 cho thấy mức độ nhất quán của các yếu tố cấu thành nhân tố này.

Thứ ba, đối với nhóm nhân tố Chính sách

Kết quả phân tích Cronbach Alpha cho thấy kết quả khá tốt. Giá trị Cronbach Alpha của nhân tố Chính sách là 0,9075 cho thấy mức độ nhất quán của các yếu tố cấu thành nhân tố này.

Thứ tư, đối với nhóm nhân tố Marketing

Kết quả phân tích Cronbach Alpha cho thấy kết quả khá tốt. Giá trị Cronbach Alpha của nhân tố Marketing là 0,9447 cho thấy mức độ nhất quán của các yếu tố cấu thành nhân tố này.

4.2.2.3. Kết quả kiểm định phù hợp với phân tích nhân tố

Để có thể tiến hành phân tích các nhân tố, việc thực hiện kiểm định KMO (Kaiser - Meyer - Olkin) là một trong những công việc bắt buộc. Giá trị của kiểm định KMO được cho là thích hợp đối với việc thực hiện phân tích nhân tố khi nằm trong khoảng từ 0,5 đến 1. Kiểm định Barlett có ý nghĩa thống kê thì các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể. Điều đó cũng hàm ý sự hội tụ và khả năng tin cậy của các kết quả phân tích.

4.2.3. Kết quả phân tích nhân tố tác động đến đổi mới, sáng tạo của doanh nghiệp dệt may

Kết quả phân tích cho thấy giá trị tác động của các nhân tố tới đổi mới, sáng tạo của doanh nghiệp. Theo đó, nhân tố Quản lý có tác động rất mạnh tới xác suất lựa chọn thực hiện của các doanh nghiệp may và có ý nghĩa thống kê.

Biến số Thể chế có ảnh hưởng khá mạnh tới quyết định đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp dệt may Việt Nam.

Biến số Marketing có ảnh hưởng rất mạnh tới quyết định đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp dệt may Việt Nam và có ý nghĩa thống kê ở mức cao.

Biến số Chính sách chưa có ý nghĩa thống kê trong mô hình ước lượng này. Tuy nhiên, giá trị và dấu của các hệ số ước lượng hàm ý cho chúng ta là Chính sách có tác động thuận chiều đối với xác suất lựa chọn thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may Việt Nam hiện nay.

Giá trị kiểm định Pearson về mức độ phù hợp của mô hình cho thấy mô hình đã đảm bảo về mặt ước lượng. Thực hiện kiểm định Goodness-of-fit cho giá trị Pearson χ^2 là 72,37 và có ý nghĩa ở mức 1%.

4.2.4. Phân tích tác động của chính sách xanh hóa ngành may

Ngành may là một trong những ngành bị đánh giá là ảnh hưởng lớn đến môi trường. Nhiều quốc gia phát triển trên thế giới đã có những quy định liên quan đến đảm bảo tính bền vững, tuần hoàn trong sản xuất kinh doanh hàng may mặc. Đi đầu là Châu Âu với "Thỏa thuận xanh" cùng hàng loạt những quy định về chuỗi cung ứng và tuân thủ báo cáo phát triển bền vững đã được đưa ra và có hiệu lực áp dụng trong 1-2 năm tới.

Là một trong những ngành mũi nhọn của Việt Nam, ngành may đã giải quyết việc làm cho tới 2 triệu lao động và vẫn đang tăng trưởng tốt, xuất khẩu năm 2021 tăng 11,2% so với năm 2020 và tăng 0,3% so với năm 2019 đạt 39 tỷ USD, xuất khẩu dự kiến sẽ đạt 43,5 tỷ USD vào năm 2022 và thực hiện năm 2022 đã đạt 44 tỷ USD. Hiện 70% doanh nghiệp trong ngành là doanh nghiệp may, 17% là doanh nghiệp dệt, 6% là doanh nghiệp sợi, 3% là doanh nghiệp nhuộm và hoàn tất, chỉ 3% là doanh nghiệp hỗ trợ. Trong các doanh nghiệp may, 85% là may gia công CMT (cắt – may – giặt) và chỉ 15% là FOB (là doanh nghiệp tự túc về nguồn hàng, nhân công, chi phí, máy móc cho đến khi xuất hàng). ra khỏi cảng biển).

Với tiêu chí thiết kế sinh thái của EC, việc xanh hóa hàng may ngày càng được quan tâm. Cải thiện và thích ứng là rất quan trọng đối với xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU. Để bắt kịp xu thế, các doanh nghiệp may cần cải tiến công nghệ, máy móc; chú trọng xây dựng các khu công nghiệp xanh, có đầy đủ hệ thống xử lý nước thải, bảo vệ môi trường,…

Tóm lại, để theo kịp xu hướng "xanh hóa ngành dệt may" và đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng mới nêu trên, các doanh nghiệp may Việt Nam phải thực hiện đổi mới sáng tạo trong nhiều khâu sản xuất từ đầu vào đến đầu ra.

CHƯƠNG 5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Từ kết quả phân tích dữ liệu và hồi quy của luận án, có thể thấy một số điểm như sau:

5.1.1. Tính tương đồng giữa kết quả phân tích của luận án với các nghiên cứu khác và cơ sở lý thuyết

Kết quả phân tích tính nhất quán của các biến số và thang đo cho thấy sự phù hợp của việc lựa chọn các thang đo, các biến số trong luận án với cơ sở lý thuyết đã được trình bày ở trong Chương 2.

Kết quả phân tích hồi quy tương quan giữa các biến giải thích với biến phụ thuộc – đo lường đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp may – cũng tương đồng với nhiều kết quả nghiên cứu trong và ngoài nước đã được đề cập đến trong Chương 1 và 2.

Hơn nữa, các kết quả phân tích sự nhất quán giữa thang đo với các biến số cũng thể hiện sự tương đồng giữa kết quả của luận án với nhiều công trình khác nhau của các tác giả trong và ngoài nước.

5.1.2. Một số điểm mới của kết quả phân tích của luận án

Khác với các công trình nghiên cứu trước đây, luận án đã phân tích một mẫu gồm nhiều cán bộ làm việc trực tiếp hoặc có liên quan đến đổi mới sáng tạo của một số doanh nghiệp lớn trong ngành may của Việt Nam. Với sự hiểu biết tốt nhất của nghiên cứu sinh cho đến nay thì kết quả phân tích của luận án đem lại một số điểm mới sau đây:

Một là, hoạt động quản lý của doanh nghiệp may có tương quan chặt chẽ và thuận chiều đối với đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp.

Hai là, với hệ thống thể chế hiện hành, đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp lớn ngành may chưa thể phát huy được hết các tiềm năng, thế mạnh của mình.

Ba là, các biến số mô tả nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp, được xây dựng dựa trên các thang đo có kết thừa của các nghiên cứu trước và bổ sung thêm của nghiên cứu sinh, đem lại kết quả phân tích khá tương đồng với nhiều nghiên cứu trước đây.

5.1.3. Một số điểm còn hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được khá khả quan, kết quả phân tích của luận án cũng còn một số hạn chế về độ lớn của mẫu, các thang đo có thể chưa mô tả được hết của khía cạnh khác nhau của các biến số, quá trình thu thập số liệu của luận án có thể còn bị ảnh hưởng bởi thiên kiến của người trả lời. Nhận thức được những điểm hạn chế nêu ra ở đây, nghiên cứu sinh phân tích khá cẩn trọng dữ liệu thu thập được và các hàm ý chính sách, giải pháp được đúc rút ra với tinh thần có tính đến những hạn chế này.

5.2. Đề xuất, khuyến nghị

5.2.1. Bài học thành công, thất bại về đổi mới sáng tạo tại doanh nghiệp may Việt Nam trong thời gian vừa qua

Thứ nhất, nhân tố quyết định nhất đến thực hiện thành công đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may chính là nhân tố con người.

Thứ hai, muốn thực hiện thuận lợi đổi mới sáng tạo doanh nghiệp may cần xây dựng cho mình cơ chế chính sách khuyến khích đổi mới sáng tạo.

Thứ ba, xây dựng thể chế doanh nghiệp phù hợp đặc biệt là văn hóa về đổi mới sáng tạo.

Thứ tư, cần phải xây dựng mối liên kết với các nhà đổi mới, nhà phát minh.

Thứ năm, mặc dù điều kiện cần để cải tiến đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp là nguồn lực của DN như tài chính, cơ sở vật chất, thông tin… nhưng ban lãnh đạo DN không quyết tâm đổi mới, nhân viên không sẵn lòng nhiệt huyết với đổi mới thì các ý tưởng cải tiến đổi mới sáng tạo khó mà được đề xuất và triển khai thực nghiệm chúng trong thực tế được.

5.2.1. Đề xuất phương hướng thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp may ở Việt Nam trong thời gian tới

Một là, xác định rõ ràng vai trò quan trọng của nghiên cứu khoa học và đổi mới công nghệ trong bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội.

Hai là, xây dựng chương trình đào tạo hướng đến cải thiện nguồn nhân lực khoa học và công nghệ.

Ba là, chuyển giao công nghệ và sở hữu trí tuệ đang là vấn đề rất được quan tâm để thúc đẩy đổi mới công nghệ.

Bốn là, cần xác định rõ ràng thứ tự ưu tiên đối với từng ngành nghề cụ thể tương ứng với những giai đoạn phát triển để có định hướng phát triển khoa học và công nghệ trọng điểm.

5.2.2. Khuyến nghị các giải pháp nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may ở Việt Nam trong thời gian tới.

5.2.2.1. Nhóm giải pháp chung liên quan đến đổi mới sáng tạo

Một là, đối với Nhà nước và các tổ chức khác trong hệ sinh thái

Cần tháo gỡ khó khăn, cải thiện môi trường kinh doanh, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển. Cùng với đó, Nhà nước cũng cần phân định rõ, trong mỗi giai đoạn, doanh nghiệp nhận sự hỗ trợ tương ứng một cách chặt chẽ, rõ ràng.

Hai là, đối với các tổ chức thúc đẩy kinh doanh

Vai trò của các tổ chức thúc đẩy kinh doanh rất quan trọng đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo. Các vườn ươm cần được đào tạo, nâng cao năng lực và hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp một cách thực chất, bám sát và phù hợp với nhu cầu thị trường.

Hiệp hội cần phải đóng vai trò chuyển giao kết quả nghiên cứu có trả phí cho DN gắn với hiệu quả sản xuất, kinh doanh được cải thiện theo cam kết quy định trong hợp đồng; hoặc Hiệp hội tổ chức triển khai phổ biến kết quả nghiên cứu đến các đơn vị thành viên để khai thác. Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) cần nâng cao vai trò của mình trong việc phối hợp với các tổ chức quốc tế xây dựng các dự án xanh hóa ngành may.

Ba là, đối với viện nghiên cứu, trường đại học

Cần thúc đẩy thương mại hóa các sản phẩm nghiên cứu khả thi, đồng thời kết hợp với các doanh nghiệp trong việc sản xuất, phân phối, tiêu thụ sản phẩm.

Bốn là, đối với các doanh nghiệp

Với quy định pháp lý hiện hành, việc thành lập doanh nghiệp là rất đơn giản tại Việt Nam. Tuy nhiên, để phát triển nhanh và bền vững, các doanh nghiệp phải xác định cần chuẩn bị đủ nguồn lực, mới có thể trụ vững và đi đến thành công.

5.2.2.2. Nhóm giải pháp liên quan đến quản lý doanh nghiệp ngành may

Một là, doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ về Cách mạng công nghiệp 4.0 và khả năng tác động của nó đến ngành may, một ngành sản xuất hàng hóa theo xu hướng thời trang, thị hiếu, thời tiết, vùng miền, tôn giáo, sản phẩm nhiều đẳng cấp; Xác định các công việc trong dây chuyền sản xuất của doanh nghiệp có thể tự động hóa theo phương châm "không tự động hóa bằng mọi giá.

Hai là, doanh nghiệp may Việt Nam cũng cần chuẩn bị nguồn lực (con người, vốn, công nghệ) để có thể từng bước hiện đại hóa các khâu đã lựa chọn.

Ba là, các DN may cần xây dựng cơ chế chính sách khuyến khích đổi mới sáng tạo trong DN sao cho phù hợp nhất có thể. Bên cạnh đó cần xây dựng được nét văn hóa tốt về đổi mới sáng tạo cho doanh nghiệp.

Bốn là, nâng cao trình độ quản lý của lãnh đạo DN. Trình độ quản lý được nâng cao giúp lãnh đạo định hướng và dẫn dắt được DN của mình vượt qua nhiều rào cản, thách thức để thực hiện thành công cải tiến, đổi mới sáng tạo.

Năm là, cần xây dựng mối quan hệ tốt với các DN cùng lĩnh vực, với các trường đại học, các viện nghiên cứu để học hỏi về cách thức triển khai cải tiến, đổi mới sáng tạo đồng thời tăng cơ hội học tập và triển khai những phát kiến tại DN mình.

5.2.2.3. Nhóm giải pháp liên quan đến thể chế

Một là, tiếp tục đổi mới tư duy về thể chế chính sách theo hướng tạo môi

trường thuận lợi và huy động sự tham gia của khu vực ngoài nhà nước cho KH&CN và đổi mới sáng tạo.

Hai là, các chính sách và chương trình KH&CN và đổi mới sáng tạo cần phải phù hợp với các chiến lược phát triển KT-XH, chính sách công nghiệp và chính sách giáo dục, đào tạo đại học.

Ba là, đẩy mạnh huy động nguồn lực đầu tư cho KH&CN và đổi mới sáng tạo. Tăng cường nguồn lực xã hội đầu tư cho KH&CN và đổi mới sáng tạo nhất là từ DN.

Bốn là, hoàn thiện thể chế, chính sách, pháp luật về KH&CN và đổi mới sáng tạo.

Năm là, nâng cao hiệu quả hoạt động của hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia, hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, lấy DN làm trung tâm.

Sáu là, thực hiện tái cơ cấu các chương trình, nhiệm vụ KH-CN gắn với nhu cầu xã hội, chuỗi giá trị của sản phẩm, tạo giá trị gia tăng; đẩy mạnh phát triển thị trường KH&CN gắn với xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về KH&CN.

5.2.2.4. Nhóm giải pháp liên quan đến chính sách

Thứ nhất, quan tâm và đẩy mạnh quảng bá về đổi mới sáng tạo nhằm nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp về đổi mới sáng tạo; tổ chức cung cấp cho doanh nghiệp thông tin chi tiết, cần thiết về đổi mới sáng tạo, cũng như thành tựu của các doanh nghiệp đạt được trong đổi mới sáng tạo

Thứ hai, có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực trong đổi mới sáng tạo.

Thứ ba, tập trung nhiều hơn đến các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong các chính sách khuyến khích đổi mới sáng tạo.

Thứ tư, phát triển các chính sách hỗ trợ cụ thể để đổi mới sản phẩm, nhất là đối với sản phẩm mới, quy trình công nghệ mới

Thứ năm, tiếp tục hoàn thiện các chính sách tín dụng để doanh nghiệp có thêm cơ hội tiếp cận với các nguồn vốn phục vụ cho đổi mới công nghệ.

Thứ sáu, với vai trò "*Đại diện quyền lợi của hội viên, tư vấn cho Chính phủ và các cơ quan nhà nước xây dựng chính sách, cơ chế phát triển ngành dệt may Việt Nam, kiến nghị với Chính phủ các giải pháp phù hợp để thúc đẩy sản xuất, kinh doanh ngành dệt may Việt Nam phát triển"*, Hiệp hội dệt may Việt Nam sẽ kiến nghị về mặt chính sách để Chính phủ và các Bộ, ngành liên quan xây dựng, điều chỉnh các chính sách phù hợp để thúc đẩy: việc nâng cao năng lực nhận thức của DN về ĐMST; hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực

ĐMST; khuyến khích ĐMST trong các DNVVN; ưu đãi về thuế, lãi suất, quyền sử dụng đất,… đối với DN đầu tư phát triển sản phẩm mới, quy trình công nghệ mới, gắn với sản xuất xanh và phát triển bền vững.

5.2.2.5. Nhóm giải pháp liên quan đến marketting

Một số giải pháp chủ yếu bao gồm:

– Xây dựng hình ảnh ngành may Việt Nam với chất lượng, thời trang, thân thiện với môi trường.

– Tổ chức các lớp đào tạo để nâng cao trình độ cho người lao động.

– Quán triệt tới các công nhân về chất lượng của sản phẩm.

– Mỗi lô hàng xuất đi cần phải kiểm tra cẩn thận, kĩ lưỡng hơn.

– Doanh nghiệp may cần đẩy nhanh quá trình xây dựng tiêu chuẩn SA8000 để đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, đặc biệt là đối với thị trường Hoa Kỳ.

– Uy tín của doanh nghiệp với khách hàng phải đặt lên hàng đầu…

KẾT LUẬN

Đổi mới sáng tạo là một hoạt động sống còn của doanh nghiệp nói chung, doanh nghiệp may nói riêng. Chỉ thông qua đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp mới có thể duy trì được sức cạnh tranh của hàng hóa, sản phẩm của mình trên thị trường. Nhân tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp thì có nhiều và được đề cập đến ở nhiều công trình nghiên cứu khoa học khác nhau trong và ngoài nước. Tuy nhiên, việc đánh giá tác động của nhân tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp nói chung, doanh nghiệp may nói riêng còn gây ra nhiều tranh cãi.

Nhằm cung cấp một bằng chứng thực tế về các nhân tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp lớn trong ngành may, luận án xuất phát từ cơ sở lý thuyết đo lường các nhóm nhân tố *quản lý, thể chế, chính sách* và *marketing* và biến đại diện cho đổi mới sáng tạo ở doanh nghiệp may để đánh giá tác động của các nhân tố ảnh hưởng này. Trên cơ sở gợi mở từ trong các công trình nghiên cứu trước đây, nghiên cứu sinh đã xây dựng được một hệ thống các thang đo thông qua việc kết hợp kế thừa và bổ sung mới các thang đo đó. Kết quả phân tích cho thấy việc bổ sung các thang đo của nghiên cứu sinh không chỉ đem lại được nhiều thông tin hơn mà còn phù hợp với lý thuyết và thực tiễn của các doanh nghiệp may.

Từ kết quả nghiên cứu của Luận án, trong tương lai các hướng nghiên cứu tiếp theo để phát triển tiếp có thể: (i) mở rộng độ lớn của mẫu nghiên cứu; (ii) bổ sung thêm thang đo cho các biến số *chính sách*; (iii) có thể thực hiện thu thập dữ liệu bảng để có thể không chỉ phân tích được tác động của không gian tới đổi mới sáng tạo mà còn phân tích được sự thay đổi theo thời gian các tác động của nhân tố ảnh hưởng tới đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp may.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ CỦA NGHIÊN CỨU SINH

1. Dương Thị Tân, (Tháng 01/2023), *Đánh giá nhân tố ảnh hưởng đến năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp May ở Việt Nam*, Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán, 01 pp. tr69-75

2. Dương Thị Tân, (Tháng 02/2020), *Xây dựng mô hình lý thuyết các nhân tố ảnh hưởng đến đổi mới - sáng tạo trong doanh nghiệp may Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 6 pp. tr72-75

3. Dương Thị Tân, (Tháng 11/2020), *Đổi mới qui trình triển khai công cụ cân bằng chuyền tại doanh nghiệp may trong bối cảnh chuyển đổi sang công nghệ số*, Tạp chí Công Thương, 27 pp. tr274-279