

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM

PGS.TS. Trần Kiều Trang*

Bài viết nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng, trong đó tập trung các đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp và các yếu tố nội tại của tổ chức đến đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp (gồm vốn con người, động lực, kỳ vọng và chấp nhận rủi ro) và các yếu tố nội tại của tổ chức (gồm cam kết của nhân viên, đầu tư cho nghiên cứu và phát triển, khả năng nắm bắt và thích nghi nhu cầu thị trường) có tác động tích cực đến đổi mới sáng tạo của DNNVV. Từ đó tác giả mạnh dạn đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo của DNNVV Việt Nam.

• Từ khóa: yếu tố ảnh hưởng, đặc điểm chủ doanh nghiệp, các yếu tố tổ chức, đổi mới sáng tạo, DNNVV, Việt Nam.

This article studies the influencing factors, especially, the entrepreneur's personal characteristics and internal organizational factors on the innovativeness of SMEs in Vietnam. The research findings revealed that the individual attributes of SME entrepreneurs such as their human capital, motivation, ambition, and risk-taking capacity positively influence SMEs' innovativeness. Also, the SMEs' organizational factors like employee engagement, investment in R&D, and capacity to adapt to the market have a positive impact on the innovativeness of SMEs. Based on these findings, we propose some recommendations to promote the innovativeness of SMEs.

• Key words: influencing factors, entrepreneur's individual attributes, internal organizational factors, innovativeness, SMEs, Vietnam.

JEL codes: L21, L53, M12

Ngày gửi bài: 24/01/2025

Ngày gửi phản biện: 03/02/2025

Ngày nhận kết quả và sửa phản biện: 10/02/2025

Ngày chấp nhận đăng: 28/02/2025

DOI: <https://doi.org/10.71374/jfar.v25.i283.16>

1. Mở đầu

Ở Việt Nam, nhiều chính sách đã được ban hành để chỉ đạo và thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo trong DNNVV. Nhìn chung các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và DNNVV nói riêng đã có những bước tiến đáng kể trong việc nâng cao các chỉ số đổi mới sáng tạo, phong trào khởi nghiệp gắn với đổi mới sáng tạo diễn ra mạnh mẽ

(Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2023). Tuy nhiên, năng lực đổi mới sáng tạo cũng như mức độ sẵn sàng cho cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 của Việt Nam còn thấp và còn kém xa các nước trong khu vực. Năm 2023, chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu của Việt Nam xếp thứ 46/132 (Bộ Khoa học và Công nghệ, 2024). Trong đó, nhóm chỉ số đầu vào về vốn con người và nghiên cứu và phát triển xếp hạng thấp nhất (71/132) trong tổng số 7 nhóm chỉ số Đổi mới sáng tạo toàn cầu (GII - Global Innovation Index).

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo của các DNNVV Việt Nam có ý nghĩa quan trọng nhằm xác định các yếu tố cốt lõi, có tác động mạnh mẽ, từ đó giúp cho các nhà quản lý và điều hành DNNVV cũng như các nhà đầu tư và cơ quan hữu quan có cái nhìn đa chiều hơn và giải pháp thiết thực hơn để nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo của các DNNVV.

2. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

2.1. Tổng quan về DNNVV và đổi mới sáng tạo của DNNVV

Theo Tổng cục Thống kê (2022), số lượng DNNVV ở nước ta chiếm 98,15% tổng số doanh nghiệp cả nước, hoạt động trong mọi lĩnh vực của nền kinh tế từ sản xuất, công nghiệp, thương mại, dịch vụ và có vai trò lớn trong việc tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người lao động, gia tăng quy mô kinh tế và qua đó đóng góp vào ngân sách địa phương. Trong bối cảnh công nghệ 4.0 và xu thế hội nhập quốc tế như hiện nay, hoạt động đổi mới sáng tạo của các DNNVV cần được quan tâm

* Trường Đại học Thương mại; email: tktrang.dhtm@gmail.com

nhiều hơn nữa để từng bước nâng cao giá trị doanh thu từ đổi mới sáng tạo.

OECD (1997) khẳng định đổi mới sáng tạo của DNNVV là tiếp cận và ứng dụng khoa học kỹ thuật hiệu quả nhằm thúc đẩy và phát triển doanh nghiệp, qua đó công nghệ là xu hướng tất yếu của đổi mới trên thị trường. Nói cách khác, đổi mới sáng tạo là quá trình doanh nghiệp tạo ra sản phẩm, dịch vụ, quy trình hoặc hệ thống quản lý mới để đáp ứng với sự thay đổi của thị trường, công nghệ. Có bốn loại đổi mới của DNNVV bao gồm: đổi mới về sản phẩm, đổi mới công nghệ - phương pháp sản xuất, đổi mới phân phối và đổi mới tổ chức. Thực tế chỉ ra rằng, quá trình nghiên cứu về đổi mới và ứng dụng công nghệ phải gắn liền với đổi mới mô hình kinh doanh, tạo điều kiện thúc đẩy doanh nghiệp nâng cao giá trị trên thị trường (Teece, 2010). Nhờ đó, năng lực của DNNVV sẽ được cải thiện, cho phép cạnh tranh hiệu quả hơn trên thị trường.

2.2. Tác động của đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp đến đổi mới sáng tạo của DNNVV

Đặc điểm cá nhân của chủ doanh nghiệp (entrepreneur's personal characteristics) là yếu tố quan trọng tác động đến hoạt động đổi mới sáng tạo của DNNVV, đặc biệt trong giai đoạn đầu của chu kỳ kinh doanh (Martínez-Román và Romero, 2017). Theo Timothy (2022), tri thức hay vốn cá nhân của chủ doanh nghiệp là nguồn vốn quan trọng tác động đến khả năng đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp, cụ thể, chủ doanh nghiệp càng có hiểu biết, kinh nghiệm và năng lực quản lý thì khả năng đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp càng cao. Bên cạnh đó, động lực hay mong muốn khởi nghiệp của chủ doanh nghiệp cũng ảnh hưởng không nhỏ đến việc khởi nguồn và duy trì hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Theo đó, động lực làm giàu cá nhân hay mong muốn đóng góp cho xã hội và cộng đồng thúc đẩy mạnh mẽ đến quyết định đổi mới, sáng tạo của chủ doanh nghiệp trong khi động lực phát triển và thể hiện năng lực cá nhân là động cơ nội tại thúc đẩy đổi mới, sáng tạo của DNNVV (Cooper và Jayatilaka, 2006). Ngoài ra, hoạt động đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp có thể được thúc đẩy bởi kỳ vọng trở thành doanh nghiệp lớn mạnh và sẵn sàng chấp nhận rủi ro của chủ doanh nghiệp, nói cách

khác, khả năng phát triển của DNNVV liên quan chặt chẽ với kỳ vọng và thái độ của chủ doanh nghiệp (Morrison và cộng sự, 2003).

Như vậy, từ cơ sở lý luận và các kết quả nghiên cứu về tác động của đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp đến đổi mới, sáng tạo trong DNNVV, tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 1: Đặc điểm cá nhân của chủ doanh nghiệp có tác động đáng kể đến đổi mới sáng tạo của DNNVV.

2.3. Tác động của các yếu tố nội tại của tổ chức đến đổi mới sáng tạo của DNNVV

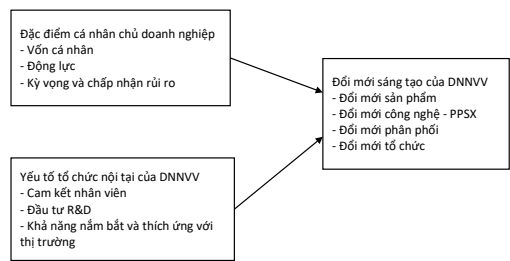
Bên cạnh các yếu tố cá nhân của chủ doanh nghiệp, các yếu tố nội tại của tổ chức (internal organisational factors) của DNNVV tác động mạnh mẽ đến mức độ đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp, trong đó đặc biệt nhấn mạnh vai trò quan trọng của nguồn nhân lực, sự cam kết của nhân viên (Amara và cộng sự, 2008; Ganter và Hecker, 2013). Theo Lara & Salas-Vallina (2017), cam kết của nhân viên là thái độ tích cực của nhân viên với tổ chức, mong muốn gắn bó, phối hợp với đồng nghiệp để nâng cao hiệu quả công việc, đổi mới sáng tạo trong hoạt động sản xuất kinh doanh và thúc đẩy tăng trưởng doanh thu của DNNVV. Ngoài ra, nỗ lực đầu tư trong hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) cũng có tác động tích cực đến đổi mới sáng tạo của DNNVV (Jiménez-Jiménez và Sanz-Valle, 2011), trong đó các hoạt động R&D chính như đầu tư nghiên cứu và định hướng thị trường, đầu tư nghiên cứu và phát triển sản phẩm dịch vụ, đầu tư cho công nghệ mới và đào tạo kỹ năng nghiệp vụ cho người lao động. Bên cạnh đó, do kết quả của hoạt động đổi mới sáng tạo nhằm tạo ra sản phẩm hàng hoá dịch vụ đáp ứng nhu cầu thị trường nên có thể cho rằng khả năng nắm bắt và thích ứng với nhu cầu thị trường của DNNVV có ý nghĩa quan trọng đến đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp. Nâng cao giá trị và trải nghiệm của khách hàng có thể thúc đẩy hoạt động đổi mới, sáng tạo và tạo ra những giá trị cao hơn cho doanh nghiệp.

Từ cơ sở lý luận và các kết quả nghiên cứu trên về tác động của các yếu tố nội tại của tổ chức đến đổi mới, sáng tạo trong DNNVV, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết 2: Các yếu tố tổ chức nội tại có tác động đáng kể đến đổi mới sáng tạo của DNNVV.

Từ đó, mô hình nghiên cứu lý thuyết về sự tác động của đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp và yếu tố tổ chức nội tại đến đổi mới sáng tạo của DNNVV được thể hiện qua Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu lý thuyết của tác giả



Nguồn: tổng hợp lý thuyết và đề xuất của tác giả

Để kiểm định các giả thuyết đã đề ra trong mô hình nghiên cứu được trình bày ở Hình 1, tác giả đã tiến hành thu thập dữ liệu sơ cấp thông qua bảng hỏi với đối tượng khảo sát là các chủ doanh nghiệp, lãnh đạo và nhà quản lý DNNVV. Bảng hỏi được thiết kế gồm 3 phần, phần 1 bao gồm những thông tin chung về doanh nghiệp như số năm và lĩnh vực hoạt động, quy mô lao động, doanh thu trung bình/năm; phần 2 gồm các câu hỏi liên quan đến đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp và các yếu tố nội tại của tổ chức được thiết kế theo thang đo Likert từ 1 đến 5 mức độ để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo của DNNVV.

Để phân tích các dữ liệu thu thập được, tác giả đã sử dụng phương pháp thống kê mô tả và kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của thang đo và phân tích nhân tố khẳng định CFA nhằm làm rõ các đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp và yếu tố tổ chức nội tại của DNNVV ảnh hưởng đến đổi mới sáng tạo của DNNVV. Sau đó, phương pháp phân tích hồi quy tuyến tính bội được dùng để xác định các yếu tố và ước lượng mức độ tác động của các yếu tố đến đổi mới sáng tạo của DNNVV.

Bộ thang đo các biến nghiên cứu được phát triển và có kết quả kiểm định như Bảng 1.

Kết quả kiểm định biến CFA cho thấy các biến gộp hình thành từ các biến quan sát trong bảng hỏi khảo sát điều tra đều có các hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7 đạt ngưỡng thống kê; các hệ số kiểm định Kaiser-Meyer-Olkin cũng đạt ngưỡng thống kê 95% (Sig.) và đều có giá trị KMO lớn hơn 0,7. Điều này cho phép khẳng định độ tin cậy

của các thang đo sử dụng đối với các biến độc lập và phụ thuộc trong nghiên cứu này.

Bảng 1: Kiểm định các biến độc lập và phụ thuộc

TT	Tên biến	Kí hiệu	Cron- bach's Alpha	Kaiser- Meyer- Olkin	Sig.	Giá trị cột trụ đầu (%)											
	Đặc điểm cá nhân của chủ doanh nghiệp																
1	Vốn con người của chủ DN - Trình độ hiểu biết - Kinh nghiệm - Trình độ chuyên môn - Khả năng nhận định	X1 X11 X12 X13 X14	0.919	0.742	0.000	80.683											
	Động lực của chủ doanh nghiệp - Động lực làm giàu cá nhân - Chứng minh năng lực cá nhân - Đóng góp cho xã hội	X2 X21 X22 X23															
	Kỳ vọng và chấp nhận rủi ro - Kỳ vọng tăng trưởng - Kỳ vọng thương hiệu - Kỳ vọng doanh nghiệp lớn - Chấp nhận rủi ro	X3 X31 X32 X33 X34															
	Yếu tố tổ chức của doanh nghiệp																
	Cam kết của nhân viên - Cam kết thể chất - Cam kết tinh cảm - Cam kết nhận thức - Cam kết hành vi	X4 X41 X42 X43 X44					0.950	0.838	0.000	87.671							
Đầu tư nghiên cứu và phát triển - Nghiên cứu thị trường - Nghiên cứu, phát triển SP DV - Đầu tư cho công nghệ mới - Đào tạo nhân viên	X5 X51 X52 X53 X54	0.921	0.794	0.000	81.466												
Khả năng nắm bắt và thích ứng với nhu cầu thị trường - Khám phá nhu cầu mới - Cam kết, định hướng phục vụ - Nâng cao giá trị khách hàng - Cùng trải nghiệm khách hàng	X6 X61 X62 X63 X64					0.841					0.721	0.000	67.900				
Đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp																	
Đổi mới sáng tạo - Đổi mới về sản phẩm - Đổi mới công nghệ - phương pháp sản xuất - Đổi mới phân phối - Đổi mới tổ chức	Y Y1 Y2 Y3 Y4													0.938	0.795	0.000	84.374

Sau khi đánh giá thang đo, phương pháp hồi quy tuyến tính (linear regression) được sử dụng để phân tích tác động của các yếu tố đến đổi mới sáng tạo của DNNVV. Mô hình hồi quy được xây dựng gồm 6 biến độc lập và 3 biến kiểm soát nhằm xác định các yếu tố và đánh giá mức độ tác động của các yếu tố đến đổi mới sáng tạo của DNNVV, cụ thể như sau:

$$Y = a_0 + a_1X_1 + ... + a_gX_g + \varepsilon$$

Trong đó:

Y: Đổi mới sáng tạo của DNNVV

$X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$: là các biến độc lập lần lượt là vốn con người của chủ doanh nghiệp, động lực của chủ doanh nghiệp, kỳ vọng và chấp nhận rủi ro của chủ doanh nghiệp, cam kết của nhân viên, đầu tư cho nghiên cứu và phát triển, khả năng nắm bắt và thích ứng với nhu cầu thị trường

X_7, X_8, X_9 : là các biến kiểm soát về số năm hoạt động, quy mô lao động và doanh thu của DNNVV

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy bội và kiểm tra đa cộng tuyến được trình bày trong Bảng 2 cho thấy mô hình phù hợp với dữ liệu thu thập được và tồn tại các biến giải thích có ý nghĩa.

Giá trị R bình phương hiệu chỉnh đạt 0,758 cho thấy các biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được 75,8% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Kết quả phân tích đa cộng tuyến của mô hình cho giá trị VIF đều nhỏ hơn 4, đảm bảo không tồn tại hiện tượng này trong mô hình hồi quy. Các kết quả này cho phép khẳng định mô hình hồi quy đạt mức tin cậy.

Bảng 2: Kết quả phân tích hồi quy bội

	Unstandardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
(Hệ số)	0,377**	0,131	2,877	0,004		
X1	0,401***	0,040	10,017	0,000	0,556	1,798
X2	0,101**	0,032	3,202	0,002	0,892	1,121
X3	0,250***	0,041	6,151	0,000	0,539	1,854
X4	0,117**	0,040	2,951	0,003	0,570	1,754
X5	0,250***	0,038	6,568	0,000	0,615	1,627
X6	0,104*	0,040	2,567	0,011	0,546	1,832
X7	-0,040	0,026	-1,563	0,119	0,967	1,034
X8	-0,075*	0,032	-2,341	0,020	0,919	1,088
X9	-0,031	0,032	-0,988	0,324	0,921	1,086

$R = 0,875$; $R \text{ Square} = 0,766$; $Adjusted \text{ R Square} = 0,758$;

$Std. \text{ Error of the Estimate} = 0,492$; $F = 95,451$; $Sig. = 0,000$.

* có ý nghĩa thống kê với $p < 0,05$;

** có ý nghĩa thống kê với $p < 0,01$;

*** có ý nghĩa thống kê với $p < 0,001$.

Kết quả phân tích hồi quy ở bảng 2 cho thấy các biến X1 - Vốn con người của chủ doanh nghiệp; X2 - Động lực của chủ doanh nghiệp và X3 - Kỳ vọng và chấp nhận rủi ro của chủ doanh nghiệp có tác động cùng chiều tích cực đến đổi mới sáng tạo (Y) của DNNVV, trong đó vốn con người của chủ doanh nghiệp có tác động mạnh mẽ nhất và giữ vai trò then chốt thúc đẩy đổi mới sáng tạo của DNNVV. Vì thế, đội ngũ chủ DNNVV cần được nâng cao kiến thức, trình độ

chuyên môn và kỹ năng quản lý, trong đó cần chú trọng khơi dậy tinh thần đổi mới sáng tạo, tri thức khoa học, công nghệ hiện đại để nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV. Ngoài ra, trong bối cảnh kinh tế khó khăn như thời gian vừa qua, nhiều chủ DNNVV có tâm lý làm ăn chộp giật, thiếu động lực, thiếu ý chí kinh doanh lớn nên không chú trọng đầu tư cho đổi mới sáng tạo, nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Vì thế, cần có giải pháp tạo động lực tích cực trong hoạt động kinh doanh và đổi mới sáng tạo của chủ DNNVV. Như vậy, các kết quả phân tích hồi quy trên cho phép khẳng định giả thuyết 1 đúng ở ngưỡng tin cậy 95%, các yếu tố đặc điểm cá nhân của chủ doanh nghiệp có tác động tích cực cùng chiều đến đổi mới sáng tạo của DNNVV.

Về các yếu tố nội tại của tổ chức, Bảng 2 cho thấy biến X4 - Cam kết của nhân viên; X5 - Đầu tư cho nghiên cứu và phát triển và X6 - Khả năng nắm bắt và thích ứng với nhu cầu thị trường có tác động cùng chiều tích cực đến đổi mới sáng tạo (Y) của DNNVV, trong đó, yếu tố đầu tư cho nghiên cứu và phát triển có tác động tích cực mạnh mẽ nhất. Như vậy để nâng cao đổi mới sáng tạo của DNNVV cần có giải pháp phù hợp để duy trì, nuôi dưỡng và phát triển mức độ cam kết của nhân viên, quan tâm và đầu tư thích đáng cho hoạt động R&D. Như vậy, các kết quả phân tích hồi quy cho phép khẳng định giả thuyết 2 đúng ở ngưỡng tin cậy 95%. Kết quả nghiên cứu phù hợp với các kết quả nghiên cứu trước đó và phù hợp với kỳ vọng ban đầu.

Đối với các biến kiểm soát, theo kết quả ở bảng 2, quy mô lao động có tác động ngược chiều tiêu cực đến đổi mới sáng tạo của DNNVV còn số năm hoạt động và doanh thu bình quân năm không có tác động đáng kể. Nói cách khác, DNNVV dù mới thành lập hay thành lập lâu năm, có doanh thu bình quân cao hay thấp cũng không ảnh hưởng nhiều đến đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp. DNNVV vẫn có thể thực hiện được đổi mới sáng tạo khi duy trì được cơ cấu tổ chức ổn định, chủ doanh nghiệp có tư duy chiến lược và tầm nhìn rộng mở.

5. Một số giải pháp và khuyến nghị

Thứ nhất, về phía các chủ DNNVV, cần chủ động học hỏi để nâng cao kiến thức, trình độ

chuyên môn, đặc biệt chú trọng các kiến thức về kinh tế và quản lý doanh nghiệp, các kiến thức mới về hội nhập kinh tế quốc tế. Chủ doanh nghiệp cần quan tâm nhiều hơn đến việc tích lũy kinh nghiệm cá nhân, chủ động thu thập thông tin để nâng cao khả năng nhận định về thị trường, sản phẩm và xu hướng phát triển sản xuất kinh doanh. Ngoài ra, chủ doanh nghiệp tiếp tục nuôi dưỡng và phát triển tinh thần, động lực làm giàu chính đáng của bản thân, nhu cầu được chứng minh năng lực cá nhân và khát vọng đóng góp cho sự phát triển của xã hội.

Thứ hai, về phía các DNNVV, cần thúc đẩy cam kết của nhân viên thông qua đào tạo hội nhập để nhân viên có nhận thức rõ ràng và đầy đủ về phương hướng, mục tiêu, tầm nhìn của doanh nghiệp. Đồng thời, doanh nghiệp cần tạo môi trường làm việc hòa đồng, gắn kết và phối hợp cùng nhau với không gian dễ dàng thích ứng để sáng tạo và chủ động, từ đó thúc đẩy mong muốn phát triển bản thân và mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp. Ngoài ra, doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư cho nghiên cứu và phát triển như chủ động khám phá và tìm hiểu nhu cầu mới, thấu hiểu nhu cầu của khách hàng để đổi mới công nghệ sản xuất, cải tiến chất lượng dịch vụ.

Thứ ba, về phía các nhà đầu tư, cần nâng cao nhận thức về vai trò, ý nghĩa và hiệu quả mang lại từ đổi mới sáng tạo trong bối cảnh thị trường nhiều thách thức và biến động như hiện nay. Nhà đầu tư nên chú trọng hơn nữa về đầu tư vào đổi mới sáng tạo, mạnh dạn đầu tư vào đổi mới sáng tạo với các phương án dự phòng rủi ro an toàn. Bên cạnh đó, các nhà đầu tư có thể hỗ trợ DNNVV xây dựng mạng lưới đổi mới, sáng tạo hoặc cung cấp các dịch vụ, sản phẩm đổi mới sáng tạo.

Thứ tư, các bộ ngành liên quan và chính quyền địa phương cần chú trọng việc xây dựng thể chế, chính sách và giải pháp hỗ trợ DNNVV đổi mới sáng tạo. Trong đó, cần có định hướng rõ ràng về ngành, lĩnh vực và lộ trình phát triển dài hạn. Đồng thời đưa ra các chính sách nhằm hướng tới lợi ích trực tiếp cho DNNVV và các nhà đầu tư để khuyến khích và thu hút mạnh mẽ hoạt động đầu tư vào đổi mới sáng tạo. Đặc biệt, cần khuyến khích DNNVV đổi mới sáng tạo thông qua các hoạt động liên kết với các trung

tâm khoa học công nghệ, các trường đại học, viện nghiên cứu ở địa phương và các doanh nghiệp nước ngoài.

Kết luận: Bài viết nghiên cứu và phân tích tác động của các yếu tố đặc điểm cá nhân chủ doanh nghiệp và các yếu tố nội tại của tổ chức đến đổi mới sáng tạo của DNNVV Việt Nam thông qua mô hình hồi quy tuyến tính bội. Kết quả cho thấy vốn con người, kỳ vọng và chấp nhận rủi ro, động lực của chủ doanh nghiệp có tác động tích cực đến đổi mới sáng tạo của DNNVV. Trong số các yếu tố nội tại của tổ chức thì đầu tư cho nghiên cứu và phát triển của yếu tố đặc điểm tổ chức nội tại có tác động mạnh mẽ nhất, tiếp đến là cam kết của nhân viên, khả năng nắm bắt và thích ứng với nhu cầu thị trường. Nghiên cứu đã cho thấy tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo đối với sự phát triển bền vững của DNNVV, vì thế mỗi DNNVV cần chủ động và quyết liệt hơn nữa trong đổi mới sáng tạo cùng với sự hỗ trợ của các nhà đầu tư, các bộ ngành liên quan và chính quyền địa phương để nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV.

Tài liệu tham khảo:

- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2024). Báo cáo Đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ Việt Nam 2024.
- Bộ Khoa học và công nghệ (2024). Báo cáo Chỉ số đổi mới sáng tạo cấp địa phương năm 2023
- Tổng cục Thống kê (2022). Niên giám thống kê - The Statistical Yearbook 2021. NXB Thống kê.
- Amara, N., Landry, R., Becheikh, N., & Ouimet, M. (2008). Learning and novelty of innovation in established manufacturing SMEs. *Technovation*, 28(7), p.450-463.
- Cooper, R. B., & Jayatilaka, B. (2006). Group creativity: The effects of extrinsic, intrinsic, and obligation motivations. *Creativity Research Journal*, 18(2), p.153-172.
- Ganter, A., & Hecker, A. (2013). Persistence of innovation: Discriminating between types of innovation and sources of state dependence. *Research Policy*, 42(8), p.1431-1445.
- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64(4), p.408-417.
- Lara, F. J., & Salas-Vallina, A. (2017). Managerial competencies, innovation, and engagement in SMEs: The mediating role of organizational learning. *Journal of Business Research*, 79(June), p.152-160.
- Martínez-Román, J. A., & Romero, I. (2017). Determinants of innovativeness in SMEs: disentangling core innovation and technology adoption capabilities. *Review of Managerial Science*, 11(3), p.543-569.
- Morrison, A., Breen, J., & Ali, S. (2003). Small business growth: Intention, ability and perspective. *Journal of Small Business Management*, 41(4), p.417-425.
- OECD. (1997). Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: The Oslo Manual (The Measurement of Scientific and Technological Activities). Organization for Economic Cooperation and Development.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy, and innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), p.172-194.
- Timothy, V. L. (2022). The effect of top managers' human capital on SME productivity: the mediating role of innovation. *Heliyon*, 8(4), e09330.