

Đổi mới sáng tạo tại Việt Nam: Lý thuyết và các loại hình đổi mới sáng tạo¹

ĐỖ THỊ HẢI NINH*
ĐỖ NGỌC BÍCH**
HOÀNG NGỌC NHƯ Ý***

Tóm tắt

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm hệ thống hóa lý thuyết về đổi mới sáng tạo (ĐMST) và các nghiên cứu về ĐMST ở Việt Nam. Dựa trên dữ liệu từ các nghiên cứu có liên quan trước đó tại Việt Nam, kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, đa phần các nghiên cứu về ĐMST ở Việt Nam đang tập trung vào khởi nghiệp ĐMST, nhận định tình hình ĐMST và các nhân tố tác động tới ĐMST; tuy nhiên, lại thiếu đi những nghiên cứu mang tính chất tổng quan về lý thuyết liên quan tới ĐMST và hệ thống hóa các loại hình ĐMST.

Từ khoá: ĐMST, khởi nghiệp ĐMST, các loại hình ĐMST

Summary

This study is carried out to systematize the theory of innovation and researches on innovation in Vietnam. Based on data from previous studies in Vietnam, the research indicates that most of the researches on innovation in Vietnam are focusing on innovation start-ups, identification of the innovation situation and factors affecting innovation but there is a lack of general studies on innovation and systematization of types of innovation.

Keywords: innovation, innovation start-up, types of innovation

GIỚI THIỆU

Chủ đề ĐMST ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm không chỉ của các nhà nghiên cứu, mà còn của các doanh nghiệp, các cá nhân, các chính phủ (O'Bryan, 2013). Các nghiên cứu về ĐMST đến nay chủ yếu tập trung vào quá trình nghiên cứu và phát triển của một số lĩnh vực công nghiệp, hoặc các quy trình sản xuất, cải tiến sản phẩm (Linh, 2016) với sự chú trọng và số lượng các doanh nghiệp có triển khai hoạt động ĐMST. Hay tới năm 2017, Maradana và cộng sự đã đưa ra nhận định đổi mới công nghệ là một nhân tố quan trọng cho sự tăng trưởng kinh tế quốc gia. Tuy nhiên, do thiếu đi các nghiên cứu cung cấp tổng quan lý thuyết về ĐMST, dẫn tới vẫn có một đại bộ phận chưa thực sự hiểu ĐMST là gì, khiến cho việc các cá nhân và tổ chức có thể đưa ra các quyết định không chính xác liên quan tới ĐMST,

hay nói cách khác có thể có sự hiểu lầm lớn về ĐMST từ lý thuyết tới thực tiễn khi mà chưa có một góc nhìn toàn diện về ĐMST (Kuratko, Covin và Hornsby, 2014). Chính vì lẽ đó, cần có một nghiên cứu tập trung xây dựng tổng quan về lý thuyết liên quan tới ĐMST, cũng như phân loại các loại hình ĐMST, nhằm xây dựng hiểu biết chung về ĐMST và cung cấp một góc nhìn đầy đủ hơn về các loại hình ĐMST.

CÁC LÝ THUYẾT VỀ ĐMST

Một trong những lý thuyết đầu tiên về ĐMST là từ Schumpeter (1934) và sau này đã được nhiều nhà khoa học tìm hiểu và phân tích như Hagedoorn (1996) hay Sledzik (2013). Theo lý thuyết của Schumpeter thì bất kỳ doanh nghiệp hay cá nhân nào mong muốn có được lợi nhuận đều phải ĐMST (Sledzik, 2013). Schumpeter (1934) định nghĩa, ĐMST là một “quá trình thay đổi đột biến, không ngừng cách mạng hóa cơ cấu kinh tế từ bên trong, không ngừng phá hủy cái cũ và không ngừng tạo ra cái mới”. Do vậy, Schumpeter nhận định rằng, ĐMST cần phải xem xét ở 4 khía cạnh

*, **, ***, Khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

Ngày nhận bài: 26/6/2022; Ngày duyệt đăng: 22/7/2022; Ngày phản biện: 14/8/2022

¹ Bài viết trong khuôn khổ đề tài KHCN cấp Bộ được Bộ Giáo dục và Đào tạo tài trợ. Tên đề tài: “Ảnh hưởng của các yếu tố ĐMST ảnh hưởng tới hiệu suất hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong giai đoạn Covid-19” theo quyết định được phê duyệt - Mã số 1739/QĐ-BGDĐT

là phát minh, ĐMST, lan tỏa và bắt chước. Và, khi xem xét 4 khía cạnh này, thì 2 khía cạnh đầu là phát minh và ĐMST có ít tác động tới nền kinh tế hơn là 2 khía cạnh sau là lan tỏa và bắt chước. Không dừng lại ở đó, Schumpeter cũng đã chia sự ĐMST ra làm 5 loại khác nhau là: sản phẩm mới, phương pháp sản xuất mới, thị trường mới, nguồn lực mới, cấu trúc ngành mới.

Một số tác giả khác cũng đưa ra các góc nhìn về ĐMST là một quy trình phức tạp liên quan đến sự thay đổi bên trong doanh nghiệp (Therrien và cộng sự, 2011; OECD, 2005).

Tại Việt Nam, theo Luật Khoa học và Công nghệ (năm 2013), "ĐMST là việc tạo ra, ứng dụng các thành tựu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, giải pháp quản lý để nâng cao hiệu quả phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa".

Hay như Fagerberg (2004) cũng đồng tình với Afuah, làm rõ sáng chế là những ý tưởng hay quy trình được tạo ra mới và chưa từng có tiền lệ nhằm tạo ra sản phẩm, quy trình, vận hành và sản xuất, còn ĐMST là thương mại hóa ý tưởng. Nghiên cứu của Nhạ và Quân (2013) chỉ ra rằng, ĐMST gồm nhiều giai đoạn khác nhau, từ nghiên cứu, lập kế hoạch tới tìm kiếm các giải pháp kỹ thuật và thương mại hóa.

Cho tới nay, có nhiều nghiên cứu đã đưa ra nhiều định nghĩa khác nhau về ĐMST và chưa có một cách hiểu thống nhất (Trang, 2021). Tóm lại, ĐMST dù theo định nghĩa nào cũng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, dù là đổi mới sản phẩm, quy trình hay hiệu năng. ĐMST phải tuân theo một quy trình cụ thể và bao gồm nhiều hình thức khác nhau. Không chỉ vậy, ĐMST không phải là phát minh, cũng không dừng ở ý tưởng, mà cần được thực hiện và đảm bảo có thể bán ra trên thị trường nhằm mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

CÁC LOẠI HÌNH ĐMST

Khi xem xét cơ sở lý thuyết về ĐMST thì có một số cách thức phân loại ĐMST như sau:

Phân loại theo Schumpeter (1934)

Schumpeter chia ĐMST gồm 5 loại như sau:

(i) *Đưa ra sản phẩm mới hoặc cải tiến chất lượng sản phẩm hiện có*

Tập trung vào việc xây dựng và phát triển ra các sản phẩm mới hoàn toàn hoặc là cải thiện một phần làm cho sản phẩm nâng cao chất lượng hay hiệu suất so với sản phẩm hiện hữu. Như vậy, đổi mới về sản phẩm có thể hiểu là việc bổ sung thêm các chức năng mới so với các sản phẩm đang có mặt trên thị trường.

(ii) *Đưa ra phương pháp sản xuất mới*

Doanh nghiệp cải tiến các quy trình sản xuất, hoặc tạo ra các quy trình sản xuất mới, những quy trình mà chưa từng được đưa vào ứng dụng trước đây nhằm nâng cao hiệu suất hoạt động.

(iii) *Phát triển thị trường mới*

Tìm kiếm các thị trường tiêu thụ mới, một nơi mà

sản phẩm chưa từng được lưu thông cũng là một hoạt động ĐMST.

(iv) *Phát triển nguồn cung ứng mới*

Tìm kiếm và phát triển các nguồn cung nguyên vật liệu mới nhằm giúp cho doanh nghiệp có thể nâng cao khả năng sản xuất, hoặc chất lượng sản phẩm.

(v) *Đổi mới tổ chức*: Dạng thức cuối cùng của ĐMST là việc cải tiến về mặt tổ chức, nhằm giúp doanh nghiệp nâng cao vị thế cạnh tranh, hoặc thậm chí tạo ra thế độc quyền trên thị trường.

Phân loại dựa theo sự so sánh với phiên bản cũ

Khi nghiên cứu về ĐMST thì một trong những cách thức phân loại cũng được các nhà nghiên cứu sử dụng đó là, phân loại dựa theo sự so sánh với phiên bản trước đó dù là sản phẩm, quy trình, mô hình kinh doanh hay bất cứ dạng thức gì của ĐMST. Vậy khi phân loại theo cách thức này, thì ĐMST gồm có đổi mới mang tính tuần tự và đổi mới mang tính đột phá. Cụ thể là:

Đổi mới tuần tự

Đổi mới tuần tự là việc cải tiến, phát triển một phiên bản mới có tính năng nâng cao hơn, tiến bộ hơn so với phiên bản cũ nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả.

Đổi mới đột phá

Trong khi đó, đổi mới mang tính đột phá là tạo ra một sản phẩm hoặc hàng hóa, dịch vụ mới, và sản phẩm dịch vụ mới này làm mất đi khả năng cạnh tranh của sản phẩm cũ. Như chiếc Ipod ra đời đã làm thay thế các loại máy nghe nhạc đã có trước đó, những sản phẩm mới này thay thế hoàn toàn, làm những sản phẩm cũ biến mất trên thị trường do không còn khả năng cạnh tranh với các sản phẩm mới ra.

Phân loại theo OECD (2005)

OECD tập trung nghiên cứu về ĐMST và đã nhận định rằng, ĐMST cần được chia ra làm 4 loại chính.

(1) *Đổi mới sản phẩm*: Đổi mới về sản phẩm liên quan tới sản phẩm mới, dịch vụ mới hoặc hoạt động mới. Đổi mới về sản phẩm có thể là đổi mới mang tính chất gia tăng, cải tiến nhằm tạo ra sản phẩm gia tăng, hay đổi mới hoàn toàn, là những đổi mới nhằm tạo ra những sản phẩm hoàn toàn mới.

(2) *Đổi mới quy trình*: Đổi mới về mặt quy trình liên quan đến quá trình từ thiết kế đến phân phối, thương mại hóa của sản phẩm (Nhạ và Quân, 2013). Đổi

mới về quy trình cũng được xác định là có liên quan đến những thay đổi trong phương pháp luận hoặc quy trình để đạt được những hiệu quả cho doanh nghiệp, như: xử lý vấn đề nhanh hơn, chi phí thấp hơn hay hiệu quả hoạt động tốt hơn. Theo Meissner và Kotsemir (2016), ĐMST là một quá trình hay một chuỗi các hoạt động và các nhân tố có ảnh hưởng tới quá trình này.

(3) *Đổi mới tổ chức*: Đổi mới tổ chức giải quyết những thay đổi đối với tổ chức, những thay đổi này có thể là cơ cấu tổ chức mới, hình thức quản lý mới, hoặc tạo ra môi trường làm việc mới.

(4) *Đổi mới tiếp thị*: Cuối cùng là đổi mới tiếp thị nhằm mục tiêu kết nối với khách hàng và người tiêu dùng ở các cấp độ mới, các hoạt động mới. Theo cách này, một sự đổi mới tiếp thị hiệu quả sẽ phục vụ cho việc thúc đẩy nhu cầu bằng cách tạo ra nhận thức, công nhận thương hiệu và tính độc đáo của sản phẩm.

Phân loại ĐMST theo Kenneth (2018) với 3 loại chính

(i) *ĐMST như là một kết quả, tập trung vào đầu ra*. Trong khi xem xét ĐMST như là một kết quả, tập trung vào đầu ra, tác giả cho rằng, đầu ra của ĐMST thường là sự ra đời của các sản phẩm mới và dịch vụ mới. Nghiên cứu của Kenneth cũng thừa nhận rằng, việc tạo ra những sản phẩm mới là một trong những kết quả của hoạt động ĐMST. Nếu coi ĐMST như là một kết quả mà các doanh nghiệp đạt được, thì có thể nhận ra rằng, ĐMST tạo ra các kết quả khác nhau, như: ĐMST sản phẩm, ĐMST quy trình, ĐMST marketing, ĐMST mô hình kinh doanh, ĐMST chuỗi cung ứng, ĐMST tổ chức.

(ii) *ĐMST như là một quy trình*. Kenneth cũng xem xét ĐMST như là một quy trình với 3 giai đoạn chính là:

- Khám phá: Đây là giai đoạn tìm kiếm các cơ hội và xác định tiềm năng phát triển của các cơ hội, từ đánh giá đó xác định cơ hội cần được nắm bắt và triển khai thực hiện.

- Phát triển: Các tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân cần phát triển các cơ hội, hoặc bước vào giai đoạn thiết kế các ý tưởng sản phẩm.

- Thương mại hóa ra thị trường thông qua quá trình cung cấp dịch vụ. Đây là giai đoạn làm rõ sự khác biệt giữa phát minh, sáng chế và ĐMST. Các phát minh có thể thương mại hóa được thì sẽ được

HÌNH: CÁC CHỦ ĐỀ NGHIÊN CỨU VỀ ĐMST TẠI VIỆT NAM



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

chuyển hóa thành ĐMST, nhưng bên cạnh đó cũng có những phát minh không thể thương mại hóa. Quy trình phát triển một sản phẩm mới, có thể được coi là giai đoạn đầu tiên của quy trình đổi mới.

(iii) *ĐMST như là một tư duy*. Cuối cùng, Kenneth xem xét ĐMST như là một tư duy, nhằm để giải quyết các vấn đề bên trong của các cá nhân, tổ chức hay là tư duy nhằm tạo ra một văn hóa mới, thay đổi toàn bộ tổ chức. Doanh nghiệp chỉ xây dựng được kỹ năng ĐMST như là tư duy, khi cho phép các cá nhân suy nghĩ khác biệt và chấp nhận thử nghiệm.

THỰC TRẠNG CÁC NGHIÊN CỨU VỀ ĐMST TẠI VIỆT NAM

Các nghiên cứu về ĐMST tại Việt Nam được thực hiện theo 4 hướng chính đã được tổng hợp và đưa ra trong nghiên cứu của Trang (2021) là nghiên cứu xoay quanh năng lực đổi mới của các doanh nghiệp, nghiên cứu về các nhân tố tác động tới năng lực ĐMST, hoặc nghiên cứu về ảnh hưởng của đổi mới tới kết quả kinh doanh và cuối cùng là nhóm các nghiên cứu về kinh nghiệm đổi mới của các doanh nghiệp trên thế giới.

Bên cạnh đó, một loạt các nghiên cứu về ĐMST được công bố và mang lại nhiều góc nhìn và hướng nghiên cứu mới, như: về khởi nghiệp ĐMST ở Việt Nam (Quang, 2017; An và Quỳnh, 2021) và các nghiên cứu về chính sách thúc đẩy ĐMST. Tổng kết các nghiên cứu về ĐMST tại Việt Nam hiện đang có 6 hướng chính như Hình.

Một số nghiên cứu đề cập về hoạt động ĐMST trong một ngành công nghiệp cụ thể, như: da giày (Việt, 2016), nông nghiệp (Quang, 2019)... Song song với đó cũng bắt đầu có nghiên cứu thực hiện tổng quan như của Trang (2021), hoặc nghiên cứu đa lĩnh vực của Nhạ và Quân (2013). Trong khi đó, lại có các nghiên cứu tập trung vào ảnh hưởng của ĐMST tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp được thực hiện bởi nhiều tác giả và trải dài trên nhiều lĩnh vực ngành nghề khác nhau (Huyền và cộng sự, 2020). Nghiên cứu của Uyên, Mạnh và Linh (2021) chỉ ra rằng, ĐMST tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững cho các doanh nghiệp trẻ của Việt Nam.

KẾT LUẬN

ĐMST đã và đang nhận được nhiều sự quan tâm của cả giới nghiên cứu, chính trị và doanh nhân, nhờ vào kết quả tuyệt vời của hoạt động này mang lại cho các tổ chức và cá nhân ứng dụng nó. Nghiên cứu này hệ thống lại cơ sở lý thuyết, cung cấp góc nhìn về lý thuyết, cũng như các loại hình ĐMST khác nhau. Từ đó, xem xét các nghiên cứu về ĐMST được thực hiện ở Việt Nam. Kết quả của nghiên cứu chỉ ra rằng, đa phần các nghiên cứu về ĐMST ở Việt Nam đang tập trung vào khởi nghiệp ĐMST, nhận định tình hình ĐMST và các nhân tố tác động tới ĐMST; tuy nhiên,

lại thiếu đi những nghiên cứu mang tính chất tổng quan về lý thuyết liên quan tới ĐMST và hệ thống hoá các loại hình ĐMST. Từ nghiên cứu này, trong tương lai, nhóm tác giả sẽ tìm hiểu các nghiên cứu khác về ĐMST, đặc biệt là về các yếu tố ảnh hưởng đến ĐMST của các doanh nghiệp nhỏ và vừa, cũng như xem xét việc ứng dụng ĐMST vào doanh nghiệp có thể giúp doanh nghiệp vượt qua được khó khăn trong đại dịch Covid-19 hay một bất kỳ một đợt khủng hoảng kinh tế nào. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội (2013). *Luật Khoa học và Công nghệ*, số 29/2013/QH13, ngày 18/6/2013
2. Nguyễn Thị Thanh An và Đinh Thị Ngọc Quỳnh (2021). Đẩy mạnh vai trò của trường đại học trong phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST tại Việt Nam, *Tạp chí Quản lý Kinh tế quốc tế*, 140, 86-103
3. Phan Thị Huyền, Ngô Nhật Phương Diễm, Trần Thị Nguyệt Nga, Nguyễn Thị Anh Vân, Nguyễn Khắc Hiếu (2020). Ảnh hưởng của đổi mới đến kết quả hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp tại TP. Hồ Chí Minh, *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing*, 56
4. Phùng Xuân Nhạ, Lê Quân (2013). ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam, *Tạp chí Khoa học - Đại học Quốc gia Hà Nội*, 29, 1-11
5. Lê Thị Mỹ Linh (2016). Nhân tố tác động đến năng lực ĐMST của doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 233, 43-50
6. Bùi Nhật Quang (2017). Khởi nghiệp ĐMST ở Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư, *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, số 10
7. Nguyễn Minh Quang, Courtney Weatherby, N. (2019). ĐMST từ mô hình nuôi tôm sinh thái ở Đồng bằng sông Cửu Long, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, 3A, 43
8. Trần Thu Trang (2021). ĐMST và doanh nghiệp xã hội: nghiên cứu tổng quan, *Tạp chí Quản lý Kinh tế quốc tế*, 135, 1-20
9. Nguyễn Thị Uyên, Hoàng Văn Mạnh, Nguyễn Phương Linh (2021). Sự ảnh hưởng của các ứng dụng ĐMST đến lợi thế cạnh tranh bền vững của các doanh nghiệp trẻ Việt Nam, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Thái Nguyên*, 226(18), 296-305
10. Việt, T.T.H (2016). Nhân tố tác động đến năng lực ĐMST của các doanh nghiệp da giày Hà Nội, *Tạp chí Quản lý kinh tế*, 1(74), 52-63
11. Hagedoorn, J. (1996). Innovation and entrepreneurship: Schumpeter revisited, *Industrial and corporate change*, 5(3), 883-896
12. Fagerberg, J. (2004). *Innovation: A guide to the literature*, Georgia Institute of Technology
13. Kuratko, D. F., Covin, J. G., Hornsby, J. S. (2014). Why implementing corporate innovation is so difficult, *Business Horizons*, 57(5), 647-655
14. Kenneth B. Kahn (2018). Understanding innovation, *Business Horizons*, 61(3), 453-460
15. Maradana, R. P., Pradhan, R. P., Dash, S., Gaurav, K., Jayakumar, M., Chatterjee, D. (2017). Does innovation promote economic growth? Evidence from European countries, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 1-23
16. O'Bryan, M. (2013). *Innovation: The most important and overused word in America*, retrieved from <https://www.wired.com/insights/2013/11/innovation-the-most-important-and-overused-word-in-america/>
17. OECD (2005). *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, 3, Paris: OECD
18. Śledzik, K. (2013). *Schumpeter's view on innovation and entrepreneurship*, Management Trends in Theory and Practice, (ed.), Stefan Hittmar, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina
19. Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA
20. Therrien, P., Doloreux, D., Chamberlin, T. (2011). Innovation novelty and (commercial) performance in the service sector: A Canadian firm-level analysis, *Technovation*, 31(12), 655-665