

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Hoài Thu** - Tác động của đô thị hoá đến phát thải khí nhà kính ở Việt Nam: kết quả từ mô hình ARDL. *Mã số: 183.1Deco.11* 3
Impact of Urbanization on Greenhouse Gas Emissions in Vietnam: Evidence from the ARDL Approach
- 2. Nguyễn Thị Đài Trang và Bùi Thanh Tráng** - Năng lực động và vai trò chính sách chính phủ đối với hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp viễn thông Việt Nam. *Mã số: 183.1SMET.11* 13
Dynamic Capabilities, Role of Government Policies and Firm Performances from Vietnam Telecommunications

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 3. Lê Hải Trung và Nguyễn Lan Phương** - Tác động của biến động giá dầu đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam. *Mã số: 183.2FiBa.21* 34
Impacts of Oil Price Changes to the Performance of Vietnamese Commercial Banks
- 4. Lê Hoàng Vinh và Nguyễn Bạch Ngân** - Các yếu tố ảnh hưởng đến lượng tiền gửi khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam: Vai trò điều tiết của sở hữu kiểm soát bởi Nhà nước. *Mã số: 183.2FiBa.21* 49
Factors Affecting on the Level of Customer Deposits at Vietnamese Commercial Banks: The Moderating Role of State-Controlled Ownership

- 5. Đinh Văn Hoàng, Bùi Khánh Phương, Trịnh Thị Thu Trang, Trần Như Quỳnh và Nguyễn Thị Phương** - Tác động của năng lực đổi mới sáng tạo đến năng lực phát triển bền vững của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam. **Mã số: 183.2BAdm.21** 65

The Impact of Innovation Capabilities on Business Sustainability Competencies of Small and Medium Enterprises in Viet Nam

- 6. Cao Quốc Việt và Vũ Thị Hồng Ân** - Tác động của trò chơi hoá đến lòng trung thành của người dùng ví điện tử tại thành phố Hồ Chí Minh. **Mã số: 183.2BMkt.21** 81

The Impact of Gamification on the Loyalty of E-Wallet Users in Ho Chi Minh City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Đỗ Huỷ Thương, Phạm Thị Thanh Hằng, Nguyễn Thị Bích Hồng, Nguyễn Việt Hoàng và Lê Nguyễn Triệu Vi** - Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của thanh niên ở khu vực Hà Nội. **Mã số: 183.3OMIs.31** 98

Researching the Factors Influencing the Young Hanoians' Start-Up Intention

TÁC ĐỘNG CỦA NĂNG LỰC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐẾN NĂNG LỰC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ TẠI VIỆT NAM

Dinh Văn Hoàng*

Email: dinhvanhoang@ftu.edu.vn

Bùi Khánh Phương*

Email: khanhphuong519k58@gmail.com

Trịnh Thị Thu Trang*

Email: trangttt296@gmail.com

Trần Như Quỳnh*

Email: quynh032k58@gmail.com

Nguyễn Thị Phương*

Email: phuongk50csp@gmail.com

*Trường Đại học Ngoại thương

Ngày nhận: 12/07/2023

Ngày nhận lại: 25/09/2023

Ngày duyệt đăng: 03/10/2023

Bài nghiên cứu nhằm làm rõ ảnh hưởng của năng lực đổi mới sáng tạo đến năng lực phát triển bền vững của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) tại Việt Nam. Để giải quyết câu hỏi nghiên cứu nói trên, bài nghiên cứu áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua mô hình phương trình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) để phân tích 350 câu trả lời khảo sát hợp lệ. Kết quả nghiên cứu cho thấy năng lực đổi mới sáng tạo sản phẩm, quy trình, tổ chức và marketing đều có ảnh hưởng tích cực đến năng lực phát triển bền vững của doanh nghiệp. Trong đó, năng lực phát triển bền vững được xem xét ở ba khía cạnh là tổ chức, kinh tế và môi trường. Từ kết quả nghiên cứu trên, nhóm tác giả nêu rõ những đóng góp về mặt lý thuyết nhằm làm rõ hơn ảnh hưởng của năng lực đổi mới sáng tạo đến năng lực phát triển bền vững đối với các doanh nghiệp SMEs tại thị trường mới nổi như Việt Nam, đồng thời đề xuất những gợi ý thực tiễn cho các doanh nghiệp SMEs Việt Nam nhằm tăng cường nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo để đạt được phát triển bền vững trong bối cảnh môi trường kinh doanh đầy biến động như hiện nay.

Từ khóa: Đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững, SMEs.

JEL Classifications: M10, M20, M21.

DOI: 10.54404/JTS.2023.183V.05

1. Giới thiệu

Tại Việt Nam, doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế, đặc biệt kể từ sau công

cuộc Đổi mới năm 1986. Hiện nay, theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2022), SMEs chiếm hơn 90% tổng số doanh nghiệp tại Việt Nam. Một trong những yếu tố chính ảnh

hưởng đến sự phát triển bền vững của các SMEs chính là năng lực đổi mới sáng tạo (NLĐMST) (Hanaysha & cộng sự, 2022). Trong môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng ngày nay, đổi mới sáng tạo (ĐMST) có thể giúp các doanh nghiệp thích nghi với những thách thức và cơ hội mới (Huang & cộng sự, 2020). Môi trường kinh doanh Việt Nam có độ mở và tính hội nhập quốc tế lớn (Nguyen & cộng sự, 2018), đó vừa là lợi thế vừa là thách thức đối với các SMEs, do đó đòi hỏi các SMEs phải có tính thích ứng cao. ĐMST là mục tiêu ngắn hạn hiện nay của nhiều SMEs Việt Nam (Do & Shipton, 2019), tuy nhiên mục tiêu phát triển bền vững doanh nghiệp (PTBVVDN) trong dài hạn chưa được những doanh nghiệp này quan tâm.

NLĐMST liên quan đến việc liên tục biến thông tin và ý tưởng thành các sản phẩm, quy trình và hệ thống mới vì lợi ích của công ty và các bên liên quan (Lawson & Samson, 2001). Trong khi đó, PTBVVDN nhấn mạnh đến việc xem xét các vấn đề liên quan đến môi trường, xã hội và kinh tế trong quá trình ra quyết định (Pojasek, 2007). NLĐMST có thể cho phép các SMEs phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới thân thiện hơn với môi trường, có trách nhiệm hơn với xã hội và hiệu quả kinh tế cao hơn (Hanaysha & cộng sự, 2022). Tuy nhiên, đổi mới sai cách cũng có thể dẫn đến việc tăng tiêu thụ tài nguyên, tạo ra chất thải và các tác động tiêu cực khác đến môi trường (Pichlak & Szromek, 2022). Năng lực phát triển bền vững doanh nghiệp (NLPTBVVDN) được định nghĩa là khả năng xử lý các kế hoạch, dự báo và kỳ vọng trong tương lai bằng cách tiếp cận tư duy tiến bộ để quản lý sự không chắc chắn (Wals & cộng sự, 2014). Các doanh nghiệp đặt mục tiêu phát triển NLPTBVVDN để gặt hái những lợi ích trong tương lai về đổi mới và tái định vị (Dhanda, 2013).

Căn cứ vào tình hình nghiên cứu cũng như thực tế về NLĐMST và NLPTBVVDN, bài

nghiên cứu này sẽ khảo sát một số các khoảng trống nghiên cứu sau: thứ nhất, các nghiên cứu trước đây tập trung nhiều vào phân tích ảnh hưởng của NLĐMST tới mục tiêu PTBVVDN, nhưng hạn chế nghiên cứu về ảnh hưởng của NLĐMST đến NLPTBVVDN. Do đó, đây là khoảng trống lớn nhất sẽ được bài nghiên cứu này làm rõ. Thứ hai, cho đến nay chưa có bài nghiên cứu nào nghiên cứu ảnh hưởng của NLĐMST đến NLPTBVVDN trên đối tượng là các SMEs Việt Nam, vì vậy bài nghiên cứu sẽ làm rõ khoảng trống nghiên cứu này. Thứ ba, hoàn cảnh nghiên cứu cũng đóng góp vai trò quan trọng trong bài nghiên cứu này. Sau đại dịch Covid-19 cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, vai trò của ĐMST trong doanh nghiệp càng được quan tâm hơn, bên cạnh đó vấn đề PTBV cũng được coi là vấn đề toàn cầu hiện nay. Bài nghiên cứu sẽ được nhóm tác giả tiến hành trong bối cảnh này.

2. Tổng quan tài liệu và phát triển giả thuyết

2.1. Lý thuyết về năng lực động

Năng lực động (NLĐ) đề cập đến năng lực của một tổ chức để phát triển, triển khai và bảo vệ các tiềm lực dẫn đến lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Teece & cộng sự, 1997). Wang và Ahmed (2007) khi nói đến NLĐ đã nhấn mạnh tầm quan trọng của việc điều chỉnh năng lực cốt lõi của công ty đối với thị trường đầy biến động để đạt được và duy trì lợi thế cạnh tranh. Nghiên cứu này coi NLĐ là năng lực hỗ trợ các tổ chức đạt được mức độ lợi thế cạnh tranh mong muốn trong khi vẫn quản lý các nguồn lực một cách hiệu quả vì NLĐ là một kỹ năng có giá trị, hiếm có, khó bắt chước và không thể thay thế (Teece & cộng sự, 1997). NLĐMST bản chất là một NLĐ của doanh nghiệp (Yoshikuni & cộng sự, 2022), cho phép doanh nghiệp tập trung vào việc sửa đổi và phát minh ra các quy trình, sản phẩm và dịch vụ mới của công ty (Lawson & Samson, 2001).

2.2. Lý thuyết điểm mũ chốt ba

Một khung lý thuyết đã được sử dụng rộng rãi để giải thích khái niệm về PTBVĐN là Điểm mũ chốt ba (Triple Bottom Line-TBL) (ĐMCB) (Elkington, 1994). Lý thuyết này đánh giá ba tác động chính là tác động xã hội, tác động môi trường và tác động kinh tế, từ đó khuyến khích các công ty ưu tiên PTBV và trách nhiệm xã hội, bên cạnh sự phát triển tài chính. NLPTBVĐN được định nghĩa là khả năng xử lý các kế hoạch, dự báo và kỳ vọng trong tương lai bằng cách tiếp cận tư duy tiến bộ để quản lý sự không chắc chắn (Wals & cộng sự, 2014) trong môi trường kinh doanh cạnh tranh, biến động không ngừng và có sự quan tâm lớn về môi trường (Dyllick & Hockerts, 2002). Tất cả những thách thức này đòi hỏi NLPTBVĐN (Wong & Ngai, 2021).

Như vậy, có thể nói lý thuyết về NLĐ và ĐMCB là hai lý thuyết riêng biệt nhưng có liên quan với nhau thường được nghiên cứu trong bối cảnh kinh doanh bền vững (Jayashree et al., 2021). NLĐMST như một phần của NLĐ có thể tác động đáng kể đến khía cạnh kinh tế của ĐMCB (Hanaysha & cộng sự, 2022). Đối với các SMEs, NLĐMST có thể dẫn đến việc phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ mới, giảm chi phí, tăng thị phần và cuối cùng là cải thiện hiệu quả tài chính. Hơn nữa, NLĐ còn được thể hiện thông qua NLĐMST mới cũng có ý nghĩa đối với khía cạnh xã hội của ĐMCB. Các sản phẩm hoặc dịch vụ đổi mới có thể tạo cơ hội việc làm trong các SMEs, ảnh hưởng tích cực đến sinh kế của người lao động và cộng đồng địa phương (UNDP, 2010). Mặt khác, NLĐ thông qua NLĐMST cũng liên quan gián tiếp đến khía cạnh môi trường của ĐMCB. Các SMEs đổi mới có thể phát triển các sản phẩm hoặc quy trình thân thiện với môi trường giúp giảm tác động đến môi trường, sử dụng tài nguyên hiệu quả hơn, góp phần đảm bảo tính bền vững của môi trường (Wang & Liu, 2022).

2.3. Năng lực đổi mới sáng tạo và năng lực phát triển bền vững doanh nghiệp

NLĐMST là năng lực liên tục biến thông tin và ý tưởng thành các sản phẩm, quy trình và hệ thống mới vì lợi ích của công ty và các bên liên quan (Lawson & Samson, 2001); đưa ra các ý tưởng có kết quả tổ chức đáng kể, tạo ra lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ trên thị trường (Quintane & cộng sự, 2011). Mức độ ĐMST của một doanh nghiệp là yếu tố quyết định chính cho sự thành công (Saunila, 2014). Do đó, NLĐMST là một yếu tố quan trọng đối với mọi tổ chức, bất kể quy mô hay cấu trúc, nhằm đạt được những thay đổi bền vững trong môi trường kinh doanh đầy biến động (Imran & cộng sự, 2019).

NLPTBVĐN đề cập đến năng lực của một tổ chức trong việc quản lý sự không chắc chắn khi đối mặt với kế hoạch, dự đoán và kỳ vọng về tương lai, bao gồm năng lực kinh tế, năng lực môi trường và năng lực tổ chức (Cheng & cộng sự, 2019). NLPTBVĐN đòi hỏi các tổ chức phải xem xét các khía cạnh kinh tế, môi trường và tổ chức (Wong & Ngai, 2021). Năng lực kinh tế bao gồm hiểu biết về hiệu quả kinh tế; năng lực tổ chức tập trung vào năng lực quản lý tài nguyên và quy trình một cách hiệu quả và năng lực môi trường liên quan đến quản lý tác động môi trường, thúc đẩy các thực hành bền vững.

2.3.1. NLĐMST sản phẩm và NLPTBVĐN

NLĐMST sản phẩm đề cập đến năng lực của công ty đưa ra ưu đãi cho các dự án phát triển sản phẩm mới (Hsiao & Hsu, 2018), với mục đích tạo điều kiện giới thiệu hàng hóa hoặc dịch vụ độc đáo nhằm đáp ứng mong muốn của khách hàng. Montiel & cộng sự (2020) chỉ ra rằng các công ty có NLĐMST sản phẩm ở mức độ cao có hiệu quả môi trường tốt hơn. Cơ sở cho việc này nằm ở khả năng của doanh nghiệp đó trong việc phát triển và triển khai các công nghệ mới để sản xuất ra các sản phẩm thân thiện với môi trường, tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên,

đáp ứng nhu cầu thị trường về các sản phẩm thân thiện với môi trường, tuân thủ quy định bảo vệ môi trường, đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững thông qua việc thu hút thêm khách hàng có mối quan tâm về môi trường và bảo vệ danh tiếng của doanh nghiệp trước các vấn đề liên quan đến môi trường, ưu tiên đầu tư phát triển theo hướng bền vững và khuyến khích nhân viên thực hiện các hoạt động có ý thức về môi trường. Những yếu tố này cùng nhau góp phần giảm tác động đến môi trường và tạo ra một mô hình kinh doanh bền vững hơn, có năng lực tổ chức mạnh hơn (Liao & cộng sự, 2023), do đó có thể dễ dàng để đạt được các mục tiêu kinh doanh và hỗ trợ các hoạt động PTBVĐN.

H1: NLĐMST sản phẩm có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVĐN về mặt môi trường

H2: NLĐMST sản phẩm có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVĐN về mặt tổ chức

H3: NLĐMST sản phẩm có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVĐN về mặt kinh tế

2.3.2. NLĐMST quy trình và NLPTBVĐN

NLĐMST quy trình được định nghĩa là năng lực trong việc tạo ra giá trị kinh doanh của doanh nghiệp (Hogan & cộng sự, 2011) bằng cách tiếp thu, đồng hóa, biến đổi và khai thác các nguồn lực, quy trình và kiến thức liên quan đến kỹ thuật cho mục đích ĐMST (Frishammar & cộng sự, 2012). Để thúc đẩy NLĐMST quy trình, doanh nghiệp cần có chiến lược phù hợp nhằm tích hợp nội lực và ngoại lực, phát triển văn hóa đổi mới trong tổ chức (Frishammar & cộng sự, 2012) và tận dụng các công nghệ hiện đại (Mikalef & Krogstie, 2020). NLĐMST quy trình có tác động tích cực đến NLPTBVĐN trên cả ba phương diện là kinh tế, môi trường và tổ chức. Về phương diện môi trường, thông qua việc tối ưu hóa quy trình sản xuất (QTSX), doanh nghiệp có thể tăng năng suất sản xuất, sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên, áp dụng QTSX hiện đại làm giảm lượng chất thải ra môi trường. Về phương

diện kinh tế, áp dụng QTSX mới giúp doanh nghiệp tăng năng suất, tiết kiệm chi phí đầu vào, nâng cao chất lượng và an toàn sản phẩm giúp thu hút khách hàng tiềm năng, nâng cao thương hiệu của doanh nghiệp hướng đến PTBV kinh tế. Đối với PTBV tổ chức, doanh nghiệp có NLĐMST quy trình không chỉ cải tổ khâu sản xuất mà còn nâng cao hiệu quả quy trình tổ chức doanh nghiệp thông qua việc xây dựng quy trình làm việc hiệu quả, nhân viên làm việc năng suất hơn, quy trình tốt giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro về tiêu chuẩn lao động; thúc đẩy văn hóa ĐMST; vận hành hiệu quả doanh nghiệp đặc biệt khi phải đổi mới với những thay đổi nhanh chóng của thị trường. Những yếu tố này cùng góp phần tạo nên ba điểm mấu chốt của tính bền vững, giải quyết các khía cạnh kinh tế, môi trường và tổ chức (Bhatia, 2021). Do đó, nó có tác động đáng kể và trực tiếp đến năng lực duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững của công ty, góp phần vào nâng cao NLPTBVĐN (Yu & cộng sự, 2017). Mặt khác, NLĐMST quy trình cần thiết để các công ty nâng cao năng lực quản lý và góp phần phát huy năng lực tổ chức, duy trì hiệu quả tài chính của công ty (Frishammar & cộng sự, 2012).

H4: NLĐMST quy trình có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVĐN về mặt môi trường

H5: NLĐMST quy trình có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVĐN về mặt tổ chức

H6: NLĐMST quy trình có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVĐN về mặt kinh tế

2.3.3. NLĐMST marketing và NLPTBVĐN

NLĐMST marketing là năng lực sử dụng các nguồn lực hiện có để thử nghiệm các chiến lược marketing mới yêu cầu sự thay đổi đáng kể trong thiết kế, đóng gói sản phẩm, vị trí sản phẩm, khuyến mãi sản phẩm, giá cả sản phẩm nhằm đạt được mục tiêu marketing (Ngamsutti & Ussahawanitchakit, 2016). Hiện nay, các doanh nghiệp có NLĐMST marketing đang nâng cao hình ảnh thương

hiệu và danh tiếng của mình như các thực thể có trách nhiệm với môi trường (He & Lai, 2014), trong khi tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Mặt khác, NLĐMST marketing tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh (Aksoy, 2017) giúp cho doanh nghiệp PTBV. NLĐMST marketing ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVDN ở cả 3 khía cạnh thông qua việc khuyến khích người tiêu dùng quan tâm về các vấn đề môi trường, thúc đẩy nhu cầu về sản phẩm bền vững, khuyến khích hành vi tiêu dùng bền vững, và nâng cao năng lực bền vững của công ty trong mắt người tiêu dùng và thị trường rộng lớn hơn (Mariadoss & cộng sự, 2011). Do đó, tồn tại một tương quan tích cực giữa NLĐMST marketing và kết quả sản xuất, thị trường và tài chính của một doanh nghiệp.

H7: NLĐMST marketing có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVDN về mặt môi trường

H8: NLĐMST marketing có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVDN về mặt tổ chức

H9: NLĐMST marketing có ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVDN về mặt kinh tế

2.3.4. NLĐMST tổ chức và NLPTBVDN

NLĐMST tổ chức là năng lực của một doanh nghiệp trong việc quản lý hiệu quả các nguồn lực nội bộ để đổi mới, đồng thời tìm kiếm kiến thức và tài năng từ bên ngoài (Silva & Cirani, 2020). Các doanh nghiệp có NLĐMST tổ chức cao có năng lực triển khai hoạt động sản xuất xanh (Lim & cộng sự, 2022), từ đó giúp các doanh nghiệp cải thiện hiệu quả môi trường và đóng góp vào sự PTBVDN. Hơn nữa, các doanh nghiệp thường áp dụng phương pháp tổ chức và quản lý mới mang lại thành công về mặt tài chính và duy trì sự cạnh tranh trong thời gian dài (John, 1999). Ngoài ra, Lee & Yang (2021) chỉ ra rằng phát huy NLĐMST trong tổ chức có tác động tích cực đến hiệu quả kinh tế của các SMEs.

H10: NLĐMST tổ chức có tác động tích cực đến NLPTBVDN về mặt môi trường

H11: NLĐMST tổ chức có tác động tích cực đến NLPTBVDN về mặt tổ chức

H12: NLĐMST tổ chức có tác động tích cực đến NLPTBVDN về mặt kinh tế

3. Phương pháp nghiên cứu

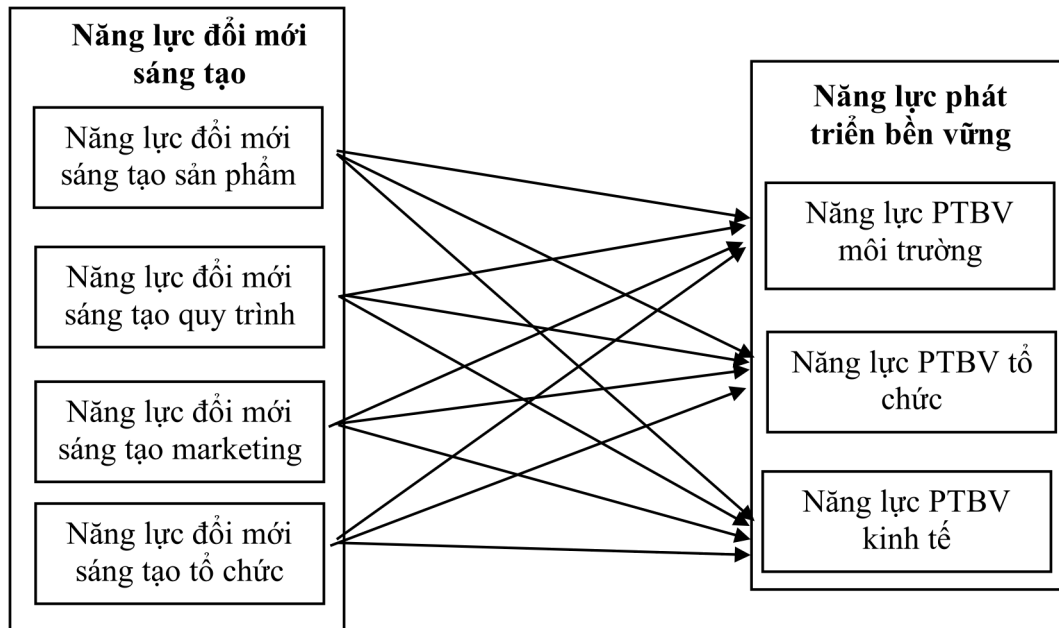
3.1. Thiết kế nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

Bài nghiên cứu áp dụng phương pháp nghiên cứu kết hợp định tính và định lượng. Nhóm tác giả áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua các cuộc phỏng vấn chuyên sâu với doanh nghiệp nhằm tìm hiểu thực trạng và đánh giá của các doanh nghiệp SMEs đối với vấn đề NLĐMST và NLPTBVDN. Kết hợp với việc tổng quan tài liệu về vấn đề nghiên cứu, nhóm nghiên cứu xác định được các nhân tố chính trong NLĐMST của SMEs Việt Nam có ảnh hưởng đến NLPTBVDN các loại hình doanh nghiệp này bao gồm tổ chức, môi trường và kinh tế. Từ đó nhóm nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu dựa vào thực tiễn và lý thuyết nhằm tăng khả năng áp dụng thực tiễn của bài nghiên cứu. Sau khi đề xuất mô hình nghiên cứu, nhóm tác giả tiến hành phân tích định lượng thông qua mô hình cấu trúc nhằm đánh giá ảnh hưởng của những mối quan hệ này.

3.2. Mẫu và thu thập dữ liệu

3.2.1. Phát triển bảng hỏi và thang đo

Thang đo trong bài nghiên cứu được nhóm tác giả phát triển thông qua hai bước: thứ nhất, nhóm tác giả thực hiện tổng quan nghiên cứu nhằm tìm kiếm các thang đo phù hợp trong các bài nghiên cứu trước đây để kế thừa và đồng thời thông qua thảo luận với các chuyên gia có chuyên môn về ĐMST và PTBVDN để điều chỉnh thang đo phù hợp với bối cảnh kinh tế kinh doanh của các SMEs Việt Nam. Biến NLĐMST sản phẩm kế thừa 6 thang đo của (Bao & cộng sự, 2020); NLĐMST quy trình kế thừa 7 thang đo từ (Najafi-Tavani & cộng sự, 2018) và (Bao & cộng sự, 2020); NLĐMST tổ chức kế thừa 6 thang đo từ (Rajapathirana & Hui, 2018);



(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu

Wilcox King & Zeithaml, 2003); 7 thang đo của NLĐMST marketing từ (Aksoy, 2017); 7 thang đo NLPTBV tổ chức từ (Madichie & cộng sự, 2021; Wilcox King & Zeithaml, 2003); 6 thang đo NLPTBV kinh tế từ (Hsu & cộng sự, 2011); và 7 thang đo NLPTBV môi trường từ (Aravind & cộng sự, 2013; Humphreys & cộng sự, 2003). Thứ hai, sau khi phát triển các thang đo, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sơ bộ 30 đối tượng tham gia khảo sát nhằm điều chỉnh và đánh giá độ tin cậy của thang đo trước khi thực hiện khảo sát chính thức. Thông qua chỉ số Cronbach's alpha, kết quả cho thấy các thang đo đều có giá trị lớn hơn 0,7 do đó đảm bảo tính giá trị và độ tin cậy của thang đo (Hair & cộng sự, 2011). Thang đo được sử dụng là thang đo Likert bậc 5 từ 1: hoàn toàn không đồng ý; đến 5: hoàn toàn đồng ý.

3.2.2. Thu thập dữ liệu

Thời gian khảo sát diễn ra từ tháng 12 năm 2022 đến tháng 06 năm 2023. Bảng câu hỏi khảo sát được gửi cho các Tổng giám đốc, các

nhà quản lý cấp cao, trưởng phòng và những người hiểu rõ về thực tiễn tổ chức hiện tại và quá khứ liên quan đến các khía cạnh đổi mới và bền vững trong doanh nghiệp ở các lĩnh vực khác nhau. Nghiên cứu thu thập dữ liệu thông qua phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Tuy nhiên, để đảm bảo tính đại diện của mẫu, nhóm tác giả thu thập mẫu từ các doanh nghiệp SMEs tại cả 3 miền của Việt Nam theo tỷ lệ phân bố các SMEs Việt Nam. Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam (2022), Việt Nam có khoảng 873,000 SMEs, miền Bắc tập trung 30%, miền Trung 4% và miền Nam 66% các doanh nghiệp SMEs. Dựa vào đó, tác giả phân bố thu thập dữ liệu để đảm bảo tính đại diện của mẫu. Nhóm nghiên cứu kết hợp khảo sát trực tiếp đối với các doanh nghiệp trên địa bàn Hà Nội và online đối với các doanh nghiệp ngoài Hà Nội do sự hạn chế về nguồn lực. Trước khi tiến hành khảo sát, khảo sát viên đã giải thích rõ ràng mục đích nghiên cứu, các thuật ngữ liên quan nhằm đảm bảo người trả lời khảo sát hiểu rõ vấn đề.

Số phiếu phát ra là 800 phiếu khảo sát và số phiếu thu về là 455 phiếu. Sau khi sàng lọc, chỉ có 350 mẫu hợp lệ dùng để phân tích các bước tiếp theo.

EC2, EC4, EC6, ENC1, ENC2, ENC7, MI1, MI2, MI4, MI5, MI6, OC6, OC7, OI1, OI2, OI3, PC1, PC3, PC4, PC5, PC7, PI1 và PI5 có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,7 nên được

Bảng 1: Đặc điểm mẫu

Đặc điểm	Nội dung	Tần suất	Tỷ lệ %
Giới tính	Nam	212	60,6%
	Nữ	138	39,4%
Độ tuổi	<36	85	24,3%
	36-40	101	28,9%
	41-45	80	22,8%
	46-50	72	20,6%
	>50	12	3,4%
Vị trí việc làm	Giám đốc/Tổng giám đốc	83	23,7%
	Phó Giám đốc/Phó Tổng giám đốc	56	16%
	Giám đốc chi nhánh	61	17,4%
	Trưởng phòng/bộ phận	75	21,4%
	Trưởng nhóm	30	8,6%
	Khác	45	12,9%
Lĩnh vực kinh doanh	Cộng nghệ	105	30,0%
	Dịch vụ	106	30,3%
	Sản xuất	52	14,8%
	Tài chính	43	12,3%
	Bán lẻ	44	12,6%

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)

3.3. Kết quả mô hình

3.3.1. Mô hình bên ngoài và xác nhận thang đo

Độ tin cậy được đánh giá bằng Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp. Phân tích cho thấy Cronbach's alpha của các biến đều lớn hơn 0,7 (Hair & cộng sự, 2011), do đó, các biến quan sát phù hợp để tiếp tục phân tích. Hệ số tải ngoài dùng để đánh giá chất lượng của các biến quan sát của thang đo. Nếu một biến quan sát được có tải ngoài thấp hơn 0,7, thì có thể chứng minh rằng biến đó đóng góp ít vào nhân tố tương ứng và do đó có thể được loại bỏ khỏi mô hình (Chin & Newsted, 1999). Trong kết quả phân tích, các biến EC1,

xem xét loại bỏ khỏi mô hình. Quá trình đánh giá cho thấy 24 biến quan sát này đóng góp không đáng kể vào thực tiễn của nghiên cứu nên nhóm tác giả loại bỏ và phân tích lại mô hình. Sau khi thực hiện phân tích lần 2, tất cả các biến có giá trị tải ngoài lớn hơn 0,7 phù hợp cho các phân tích tiếp theo. Tất cả các thang đo đều có AVE lớn hơn 0,5 đảm bảo giá hội tụ (Hair & cộng sự, 2011).

Bài nghiên cứu kết hợp kiểm định của (Fornell & Larcker, 1981) với yêu cầu căn bậc hai của AVE lớn hơn tương quan các biến tiềm ẩn và kiểm định HTMT của (Henseler & cộng sự, 2016) nhỏ hơn hoặc bằng 0,9 để đánh giá giá trị phân biệt. Kết quả bảng 3 và

Bảng 2: Phân tích độ tin cậy và hội tụ của thang đo

Biến	Mã hóa	Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp	AVE	Hệ số tải
PI		0,735	0,849	0,653	
	PI2				0,842
	PI3				0,818
	PI4				0,762
PC		0,745	0,855	0,662	
	PC2				0,784
	PC4				0,809
	PC6				0,847
OI		0,786	0,875	0,803	
	OI4				0,845
	OI5				0,867
	OI6				0,798
MI		0,756	0,891	0,803	
	MI3				0,907
	MI7				0,886
OC		0,819	0,874	0,580	
	OC1				0,755
	OC2				0,771
	OC3				0,775
	OC4				0,758
	OC5				0,750
EC		0,768	0,895	0,810	
	EC3				0,924
	EC5				0,875
ENC		0,782	0,860	0,605	
	ENC3				0,757
	ENC4				0,742
	ENC5				0,771
	ENC6				0,839

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)

Ghi chú: PI - NLĐMST sản phẩm; PC - NLĐMST quy trình; OI - NLĐMST tổ chức; MI - NLĐMST marketing; OC - NLPTBVDN tổ chức; EC - NLPTBVDN kinh tế; ENC - NLPTBVDN môi trường.

bảng 4 cho thấy các thang đo đều thỏa mãn giá trị phân biệt.

3.3.2. Kết quả mô hình bên trong và kiểm định giả thuyết

Bảng 3: Kết quả bảng Fornell-Larcker

	EC	ENC	MI	OC	OI	PC	PI
EC	0,900						
ENC	0,343	0,778					
MI	0,551	0,402	0,896				
OC	0,391	0,476	0,513	0,762			
OI	0,404	0,378	0,370	0,519	0,837		
PC	0,486	0,401	0,552	0,520	0,534	0,814	
PI	0,396	0,392	0,438	0,442	0,378	0,370	0,808

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)

Ghi chú: PI - NLĐMST sản phẩm; PC - NLĐMST quy trình; OI - NLĐMST tổ chức; MI - NLĐMST marketing; OC - NLPTBVDN tổ chức; EC - NLPTBVDN kinh tế; ENC - NLPTBVDN môi trường.

Bảng 4: Kết quả HTMT

	EC	ENC	MI	OC	OI	PC	PI
EC							
ENC	0,448						
MI	0,720	0,516					
OC	0,483	0,596	0,648				
OI	0,510	0,473	0,475	0,640			
PC	0,614	0,519	0,732	0,660	0,699		
PI	0,515	0,517	0,575	0,575	0,490	0,498	

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)

Ghi chú: PI - NLĐMST sản phẩm; PC - NLĐMST quy trình; OI - NLĐMST tổ chức; MI - NLĐMST marketing; OC - NLPTBVDN tổ chức; EC - NLPTBVDN kinh tế; ENC - NLPTBVDN môi trường.

4. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy NLĐMST có tác động tích cực đến NLPTBVDN của các SMEs Việt Nam. Cụ thể, NLĐMST marketing tác động đến NLPTBVDN. Kết quả này cũng phù hợp với nghiên cứu của Aksoy (2017); Hanaysha và cộng sự (2022). NLĐMST marketing giúp SMEs tận dụng được các hình thức marketing bên trong và bên ngoài doanh nghiệp nhằm cải thiện NLPTBVDN về mặt tổ chức; có thể thu hút được nhiều khách hàng hơn thông qua các hoạt động marketing, đồng thời nâng cao

hình ảnh của doanh nghiệp có trách nhiệm với môi trường, do đó nâng cao hiệu quả kinh doanh của các SMEs Việt Nam. Mặt khác, NLĐMST tổ chức có tác động tích cực đến NLPTBVDN. Kết quả nghiên cứu này cũng trùng khớp với kết quả nghiên cứu trước đây của Nguyen và cộng sự (2022). Một doanh nghiệp có NLĐMST tổ chức có khả năng tái cấu trúc tổ chức doanh nghiệp theo hướng PTBV nhằm tăng cường lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, đồng thời nâng cao năng lực nắm bắt công nghệ của doanh nghiệp để giảm bớt chi phí, sản xuất

Bảng 5: Tóm tắt kết quả phân tích mô hình bên trong

Giả thuyết	Hệ số đường dẫn	Giá trị p	Kết quả
H1: PI → ENC	0,202	0,000	Chấp nhận
H2: PI → OC	0,168	0,005	Chấp nhận
H3: PI → EC	0,128	0,043	Chấp nhận
H4: PC → ENC	0,144	0,042	Chấp nhận
H5: PC → OC	0,182	0,001	Chấp nhận
H6: PC → EC	0,174	0,005	Chấp nhận
H7: MI → ENC	0,175	0,016	Chấp nhận
H8: MI → OC	0,239	0,000	Chấp nhận
H9: MI → EC	0,350	0,000	Chấp nhận
H10: OI → ENC	0,160	0,025	Chấp nhận
H11: OI → OC	0,270	0,000	Chấp nhận
H12: OI → EC	0,133	0,016	Chấp nhận

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)

Ghi chú: PI - NLĐMST sản phẩm; PC - NLĐMST quy trình; OI - NLĐMST tổ chức; MI - NLĐMST marketing; OC - NLPTBVDN tổ chức; EC - NLPTBVDN kinh tế; ENC - NLPTBVDN môi trường.

sản phẩm thân thiện môi trường, từ đó nâng cao hình ảnh doanh nghiệp có trách nhiệm với môi trường và sẽ nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Đối với các SMEs Việt Nam, sở hữu NLĐMST tổ chức giúp doanh nghiệp có thể dễ dàng vượt qua những hạn chế về nguồn lực thông qua việc tổ chức bộ máy làm việc hiệu quả hơn, sử dụng ít nguồn nhân lực hơn, phát triển theo định hướng quản lý tinh gọn nhằm tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp, từ đó nâng cao NLPTBV của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra NLĐMST quy trình cũng ảnh hưởng tích cực đến NLPTBVDN, đồng nhất với các nghiên cứu trước đây của Bellucci và cộng sự (2020). NLĐMST quy trình cho phép doanh nghiệp tăng cường cung cấp hàng hóa và dịch vụ, do đó thúc đẩy tăng trưởng và hiệu quả kinh doanh, ngoài ra còn giúp doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất, dẫn tới tiêu thụ tài nguyên thiên

hiên, nguyên vật liệu đầu vào ít hơn góp phần bảo vệ môi trường. Ảnh hưởng của NLĐMST quy trình đến NLPTBVDN được thể hiện rõ nhất trong các SMEs liên quan đến sản xuất tại Việt Nam, vì hiện nay các doanh nghiệp sản xuất Việt Nam đang tập trung vào việc tối ưu hóa chi phí sản xuất, tăng cường hiệu suất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Do vậy, các SMEs sở hữu được NLĐMST quy trình có thể đạt được những mục tiêu trên, góp phần vào PTBVDN. Cuối cùng, kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra NLĐMST sản phẩm tác động tích cực đến NLPTBVDN tương đồng với kết quả nghiên cứu trước đây của Tseng và cộng sự (2019). Các công ty cung cấp các sản phẩm sáng tạo có thể đáp ứng nhiều nhu cầu thị trường bằng cách cung cấp các tính năng sản phẩm cải tiến đáp ứng nhu cầu của thị trường, từ đó có thể duy trì hoạt động kinh doanh bền vững bất chấp những thách thức cạnh tranh,

trong khi vẫn có thể cung ứng các sản phẩm thân thiện với môi trường.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ ảnh hưởng của NLĐMST ở các khía cạnh tổ chức, quy trình, sản phẩm và marketing có tác động tích cực đến NLPTBVDN trên phương diện kinh tế, môi trường và tổ chức của các doanh nghiệp SMEs Việt Nam. Nhóm tác giả đưa ra các hàm ý đóng góp về mặt lý thuyết và thực tiễn.

5.1. Đóng góp về lý thuyết

Về mặt lý thuyết, nghiên cứu này đóng góp những điểm mới sau. Thứ nhất, nghiên cứu tập trung vào việc làm rõ hơn về ảnh hưởng của NLĐMST đến NLPTBVDN của các doanh nghiệp SMEs tại Việt Nam. Chủ đề này chưa được quan tâm đủ bởi các nhà nghiên cứu vì vậy bài nghiên cứu này đã làm rõ vấn đề trên. Thứ hai, nghiên cứu xem xét thực nghiệm mối quan hệ giữa NLĐMST trên phương diện sản phẩm, quy trình, tổ chức và marketing với NLPTBVDN về mặt kinh tế, môi trường và tổ chức. Các kết quả nêu bật tầm quan trọng của việc tập trung vào các NLĐMST cụ thể để đạt được NLPTBVDN. Thứ ba, đối tượng nghiên cứu của bài này là các doanh nghiệp SMEs Việt Nam - một loại hình doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam nhưng chưa được quan tâm nghiên cứu đúng mức về NLĐMST và NLPTBVDN một cách toàn diện. Thứ tư, bài nghiên cứu xem xét các mối quan hệ trên trong bối cảnh vai trò của NLĐMST và NLPTBV được nêu bật trong giới kinh doanh toàn cầu, do sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và mối quan tâm của mọi người tới môi trường ngày càng lớn.

5.2. Đóng góp về mặt quản trị

Kết quả nghiên cứu cho thấy NLĐMST marketing đóng vai trò quan trọng cho

NLPTBVDN về mặt kinh tế và các doanh nghiệp SMEs có thể tận dụng các kênh marketing mới, các chương trình CSR và mở rộng thị trường để tạo sự khác biệt và cải thiện hiệu quả kinh tế. NLĐMST tổ chức cũng đóng vai trò quan trọng trong NLPTBVDN về mặt kinh tế và môi trường. Các SMEs có thể tạo môi trường đổi mới, đầu tư vào đào tạo và thiết lập mối quan hệ với các đối tác để nâng cao năng lực tổ chức. Ngoài ra, NLĐMST quy trình giúp giảm chi phí, tăng năng suất và đạt được NLPTBVDN. Các SMEs có thể áp dụng công nghệ tự động hóa, triển khai các phương pháp để cải thiện năng suất tổng thể. Những ý nghĩa này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh hàng loạt các thách thức được đặt ra với các SMEs Việt Nam. Hơn nữa, các kết quả nghiên cứu có ý nghĩa quan trọng đối với các nhà hoạch định chính sách, nhà đầu tư và người tiêu dùng. Các nhà hoạch định chính sách có thể thiết kế các chính sách hỗ trợ và cung cấp động lực tài chính cho SMEs đầu tư vào nghiên cứu và phát triển nâng cao NLĐMST nhằm thúc đẩy NLPTBVDN. Trong khi đó, người tiêu dùng có thể đưa ra quyết định thông minh bằng cách ủng hộ các SMEs ưu tiên tiêu dùng các sản phẩm thân thiện với môi trường, khuyến khích các SMEs nâng cao NLPTBVDN. Những hành động này đóng góp cho sự PTBV của nền kinh tế và thúc đẩy các thực tiễn kinh doanh có trách nhiệm.

5.3. Hạn chế và đề xuất nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu có những hạn chế cần được xem xét như sau: các kết quả có thể không áp dụng rộng rãi cho các quốc gia hoặc khu vực khác có điều kiện kinh tế, xã hội và môi trường khác nhau. Nghiên cứu trong tương lai có thể khám phá mối quan hệ giữa NLĐMST với NLPTBVDN trong các bối cảnh khác

nhằm tìm ra sự khác biệt. Ngoài ra, một nghiên cứu có lợi trình theo thời gian có thể cung cấp những hiểu biết về tác động dài hạn của NLĐMST đối với NLPTBVDN của SMEs. Hơn nữa, nghiên cứu vai trò của đổi mới kỹ thuật số và tiến bộ công nghệ trong việc thúc đẩy PTBV có thể là một đề tài triển vọng cho nghiên cứu trong tương lai. ♦

Tài liệu tham khảo:

Aksoy, H. (2017). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, 51, 133-141. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.08.005>

Alshura, M. S. K., Alsabab, F. K. J., Ababneh, R. I., Alshurideh, M. T., Alkhalwaldeh, M. I. G., Aldaihani, F. M. F., Mohammad, A., Al-Hawary, S. I. S., & Mohammad, A. A. S. (2023). The Impact of Organizational Innovation Capabilities on Sustainable Performance: The Mediating Role of Organizational Commitment. In M. Alshurideh, B. H. Al Kurdi, R. Masa'deh, H. M. Alzoubi, & S. Salloum (Eds.), *The Effect of Information Technology on Business and Marketing Intelligence Systems* (Vol. 1056, pp. 1419-1435). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-12382-5_78.

Aravind, D., Damanpour, F., & Devece, C. (2013). Environmental performance: Interplay between the roles of process innovation capability and managerial innovation implementation. In *Management innovation: Antecedents, complementarities and performance consequences* (pp. 29-43). Springer.

Bao, G., Zhang, W., Xiao, Z., & Hine, D. (2020). Slack resources and growth performance: The mediating roles of product and process innovation capabilities. *Asian Journal of Technology Innovation*, 28(1), 60-76. <https://doi.org/10.1080/19761597.2019.1700383>

Bellucci, M., Bini, L., & Giunta, F. (2020). Implementing environmental sustainability engagement into business. In *Innovation Strategies in Environmental Science* (pp. 107-143). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-817382-4.00004-6>.

Bhatia, M. S. (2021). Green process innovation and operational performance: The role of proactive environment strategy, technological capabilities, and organizational learning. *Business Strategy and the Environment*, 30(7), 2845-2857. <https://doi.org/10.1002/bse.2775>.

Chandler, A. D., Hagström, P., & Sölvell, Ö. (1999). *The dynamic firm: The role of technology, strategy, organization and regions*. OUP Oxford.

Chandra, M., & Neelankavil, J. P. (2008). Product development and innovation for developing countries: Potential and challenges. *Journal of Management Development*, 27(10), 1017-1025. <https://doi.org/10.1108/02621710810916277>.

Cheng, S., Hwang, G., & Chen, C. (2019). From reflective observation to active learning: A mobile experiential learning approach for environmental science education. *British Journal of Educational Technology*, 50(5), 2251-2270.

Chin, W. W., & Newsted, P. R. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares. *Statistical Strategies for Small Sample Research*, 1(1), 307-341.

- Dhanda, K. K. (2013). Case study in the evolution of sustainability: Baxter International Inc. *Journal of Business Ethics*, 112, 667-684.
- Do, H., & Shipton, H. (2019). High-performance work systems and innovation in Vietnamese small firms. *International Small Business Journal*, 37(7), 732-753.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11(2), 130-141.
- Eggert, A., Thiesbrummel, C., & Deutscher, C. (2014). Differential effects of product and service innovations on the financial performance of industrial firms. *Jbm-Journal of Business Market Management*, 7(3), 380-405.
- Elkington, J. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36(2), 90-100. <https://doi.org/10.2307/41165746>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *JOURNAL OF MARKETING RESEARCH*, 12.
- Frishammar, J., Kurkkio, M., Abrahamsson, L., & Lichtenthaler, U. (2012). Antecedents and Consequences of Firms' Process Innovation Capability: A Literature Review and a Conceptual Framework. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 59(4), 519-529. <https://doi.org/10.1109/TEM.2012.2187660>.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>.
- Hallstedt, S. I., Thompson, A. W., & Lindahl, P. (2013). Key elements for implementing a strategic sustainability perspective in the product innovation process. *Journal of Cleaner Production*, 51, 277-288. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.01.043>
- Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzoubi, H. M. (2022). Impact of Innovation Capabilities on Business Sustainability in Small and Medium Enterprises. *FIIB Business Review*, 11(1), 67-78. <https://doi.org/10.1177/23197145211042232>.
- He, Y., & Lai, K. K. (2014). The effect of corporate social responsibility on brand loyalty: The mediating role of brand image. *Total Quality Management & Business Excellence*, 25(3-4), 249-263.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>.
- Hogan, S. J., Soutar, G. N., McColl-Kennedy, J. R., & Sweeney, J. C. (2011). Reconceptualizing professional service firm innovation capability: Scale development. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1264-1273. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.10.002>.
- Hsiao, Y.-C., & Hsu, Z.-X. (2018). Firm-specific advantages-product innovation capability complementarities and innovation success: A core competency approach. *Technology in Society*, 55, 78-84.
- Hsu, C.-C., Tan, K. C., Laosirihongthong, T., & Leong, G. K. (2011). Entrepreneurial SCM competence and performance of manufacturing

- SMEs. *International Journal of Production Research*, 49(22), 6629-6649. <https://doi.org/10.1080/00207543.2010.537384>
- Huang, S.-Z., Chau, K. Y., Chien, F., & Shen, H. (2020). The impact of startups' dual learning on their green innovation capability: The effects of business executives' environmental awareness and environmental regulations. *Sustainability*, 12(16), 6526.
- Humphreys, P., McIvor, R., & Chan, F. (2003). Using case-based reasoning to evaluate supplier environmental management performance. *Expert Systems with Applications*, 25(2), 141-153. [https://doi.org/10.1016/S0957-4174\(03\)00042-3](https://doi.org/10.1016/S0957-4174(03)00042-3)
- Imran, M., Salisu, I., Aslam, H., Iqbal, J., & Hameed, I. (2019). Resource and Information Access for SME Sustainability in the Era of IR 4.0: The Mediating and Moderating Roles of Innovation Capability and Management Commitment. *Processes*, 7(4), 211. <https://doi.org/10.3390/pr7040211>.
- Jayashree, S., Reza, M. N. H., Malarvizhi, C. A. N., & Mohiuddin, M. (2021). Industry 4.0 implementation and Triple Bottom Line sustainability: An empirical study on small and medium manufacturing firms. *Heliyon*, 7(8), e07753. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07753>.
- Johne, A. (1999). Successful market innovation. *Innovationsmanagement*, 163-170.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*, 05(03), 377-400. <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>.
- Lee, Y.-H., & Yang, L. T.-Y. (2021). Corporate social responsibility and financial performance: A case study based in Taiwan. *Applied Economics*, 53(23), 2661-2670.
- Liao, P.-Y., Collins, B. J., Chen, S.-Y., & Juang, B.-S. (2023). Does organization-based self-esteem mediate the relationships between on-the-job embeddedness and job behaviors? *Current Psychology*, 42(12), 9839-9851. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02284-4>
- Lim, W. Q., Nadarajah, D., & Abd Wahab, S. (2022). Mediating Effect of Sustainable Manufacturing Practices between Green Innovation Capability and Sustainability Performance among Malaysian Manufacturing SMEs. *Small*, 13(1).
- Madichie, N. O., Gbadamosi, A., & Rwelamila, P. (2021). Entrepreneurship and the informal sector: Challenges and opportunities for African business development. *Journal of African Business*, 22(4), 441-447.
- Mariadoss, B. J., Tansuhaj, P. S., & Mouri, N. (2011). Marketing capabilities and innovation-based strategies for environmental sustainability: An exploratory investigation of B2B firms. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1305-1318. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.10.006>.
- Meidute-Kavaliauskiene, I., Çiğdem, Ş., Vasilis Vasiliasuskas, A., & Yıldız, B. (2021). Green Innovation in Environmental Complexity: The Implication of Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 107. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020107>.
- Mikalef, P., & Krogstie, J. (2020). Examining the interplay between big data analytics and contextual factors in driving process innovation capabilities. *European Journal of Information Systems*, 29(3), 260-

287. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1740618>.

Montiel, I., Delgado-Ceballos, J., Ortiz-de-Mandojana, N., & Antolin-Lopez, R. (2020). New ways of teaching: Using technology and mobile apps to educate on societal grand challenges. *Journal of Business Ethics*, *161*, 243-251.

Najafi-Tavani, S., Najafi-Tavani, Z., Naudé, P., Oghazi, P., & Zeynaloo, E. (2018). How collaborative innovation networks affect new product performance: Product innovation capability, process innovation capability, and absorptive capacity. *Industrial Marketing Management*, *73*, 193–205. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.02.009>.

Ngamsutti, S., & Ussahawanitchakit, P. (2016). Marketing innovation capability and marketing performance: An empirical study of electrical and electronic appliances in Thailand. *The Business & Management Review*, *7*(5), 339.

Nguyen, D., Nguyen, H., & Nguyen, K. S. (2018). Ownership feature and firm performance via corporate innovation performance: Does it really matter for Vietnamese SMEs? *Journal of Asian Business and Economic Studies*.

Nguyen, T. N., Shen, C. H., & Le, P. B. (2022). Influence of transformational leadership and knowledge management on radical and incremental innovation: The moderating role of collaborative culture. *Kybernetes*, *51*(7), 2240-2258.

Ouyang, X., Li, Q., & Du, K. (2020). How does environmental regulation promote technological innovations in the industrial sector? Evidence from Chinese provincial panel data. *Energy Policy*, *139*, 111310. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111310>.

Pichlak, M., & Szromek, A. R. (2022). Linking eco-innovation and circular economy-A conceptual approach. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *8*(3), 121.

Pojasek, R. B. (2007). A framework for business sustainability. *Environmental Quality Management*, *17*(2), 81.

Quintane, E., Mitch Casselman, R., Sebastian Reiche, B., & Nylund, P. A. (2011). Innovation as a knowledge-based outcome. *Journal of Knowledge Management*, *15*(6), 928-947.

Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, *3*(1), 44-55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>.

Saunila, M. (2014). Innovation capability for SME success: Perspectives of financial and operational performance. *Journal of Advances in Management Research*, *11*(2), 163-175.

Silva, J. J. da, & Cirani, C. B. S. (2020). The capability of organizational innovation: Systematic review of literature and research proposals. *Gestão & Produção*, *27*, e4819.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, *18*(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z).

Tseng, C.-H., Chang, K.-H., & Chen, H.-W. (2019). Strategic Orientation, Environmental Innovation Capability, and Environmental Sustainability Performance: The Case of Taiwanese Suppliers. *Sustainability*, *11*(4), 1127. <https://doi.org/10.3390/su11041127>.

UNDP. (2010). *Innovative Approaches in Creating Livelihoods: An Overview*. United Nations Development Programme.

Wals, A. E., Brody, M., Dillon, J., & Stevenson, R. B. (2014). Convergence between science and environmental education. *Science*, 344(6184), 583-584.

Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00201.x>.

Wang, M., & Liu, Z. (2022). How Do Green Innovation Strategies Contribute to Firm Performance Under Supply Chain Risk? Evidence From China's Manufacturing Sector. *Frontiers in Psychology*, 13, 894766. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.894766>.

Wilcox King, A., & Zeithaml, C. P. (2003). Measuring organizational knowledge: A conceptual and methodological framework. *Strategic Management Journal*, 24(8), 763-772. <https://doi.org/10.1002/smj.333>.

Wong, D. T., & Ngai, E. W. (2021). Economic, organizational, and environmental capabilities for business sustainability competence: Findings from case studies in the fashion business. *Journal of Business Research*, 126, 440-471.

Yoshikuni, A. C., Galvão, F. R., & Albertin, A. L. (2022). Knowledge strategy planning and information system strategies enable dynamic capabilities innovation capabilities impacting firm performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 52(4), 508-530.

Yu, C., Zhang, Z., Lin, C., & Wu, Y. (2017). Knowledge Creation Process and Sustainable Competitive Advantage: The

Role of Technological Innovation Capabilities. *Sustainability*, 9(12), 2280. <https://doi.org/10.3390/su9122280>.

Summary

This study aims to clarify the influence of innovation capabilities on business sustainability competencies of small and medium enterprises (SMEs) in Vietnam. To solve the above research question, the study applied a quantitative research method through partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) to analyze 350 valid survey responses. Research results show that innovation capabilities in terms of product, process, organization, and marketing positively impact enterprises' business sustainability competencies. In this study, business sustainability competencies are considered in three aspects: organization, economy, and environment. Hence, the authors highlight theoretical contributions to better clarify the influence of innovation capacity on sustainable development capacity for SMEs in an emerging market like Viet Nam, and at the same time propose practical suggestions for Vietnamese SMEs to enhance innovation capabilities to achieve sustainable development in the context of the current volatile business environment.