

## MỤC LỤC

### KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Thu Hiền** - Tác động của các biện pháp phi thuế quan đến xuất khẩu cà phê của Việt Nam. **Mã số: 164.1IBMg.11** 3  
*The effect of non-tariff measures on Vietnam's coffee exports*
- 2. Nguyễn Thị Cẩm Vân** - Chất lượng thể chế, tăng trưởng kinh tế, đầu tư trực tiếp nước ngoài, tiêu thụ năng lượng tái tạo và phát thải CO<sub>2</sub> ở Việt Nam. **Mã số: 164.1TrEM.11** 15  
*Institutional quality, economic growth, foreign direct investment, renewable energy consumption and CO<sub>2</sub> emissions in Vietnam*
- 3. Bùi Đỗ Phúc Quyên và Nguyễn Văn Quý** - Đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế vĩ mô đến chỉ số thị trường chứng khoán ASEAN bằng kỹ thuật ước lượng trung bình nhóm gộp. **Mã số: 164.1FiBa.11** 28  
*Evaluating the effects of macroeconomic factors to ASEAN's stock market indexes by the Pooled Mean Group estimator*

### QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Trương Đức Thao, Nguyễn Hoàng Việt, Nguyễn Anh Tuấn và Lê Anh Hưng** - Tác động của vốn tri thức đến đổi mới sáng tạo và kết quả hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số: 164.2BAdm.21** 38  
*Impact of inherent knowledge on innovation and performance of Vietnamese enterprises*
- 5. Nguyễn Thanh Hải** - Tác động của quản trị rủi ro đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số: 164.2BAdm.22** 48  
*Impact of risk management on business results of Vietnamese enterprises*
- 6. Đặng Thị Minh Nguyệt, Phạm Thu Trang và Nguyễn Bích Ngọc** - Các yếu tố ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh tại các ngân hàng thương mại có vốn nhà nước Việt Nam. **Mã số: 164.2FiBa.21** 58  
*The Determinants of Bank Performance of State-Owned Commercial Banks in Vietnam*

- 7. Phạm Hùng Cường và Lưu Đặng Gia Hân** - Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ứng dụng đặt thức ăn trực tuyến của khách hàng tại TP. Hồ Chí Minh. **Mã số: 164.2BMkt.21** 68  
*Selection decision on online food ordering applications of customers in Ho Chi Minh City*
- 8. Cao Quốc Việt, Nguyễn Quang Anh, Nguyễn Văn Chương và Đinh Ngọc Tú** - Mối quan hệ giữa tính chất công việc, sự xung đột công việc - gia đình, gia đình - công việc, sự căng thẳng trong công việc và sự gắn kết của nhân viên với tổ chức: Tình huống nghiên cứu trong lĩnh vực Kế toán - kiểm toán. **Mã số: 164.2HRMg.21** 78  
*Relationship between characteristics, work-family conflicts, family-work conflicts, job stress, and emotional organization engagement: A case study in the Accounting- Auditing Area*
- 9. Bùi Nhất Vương, Hà Nam Khánh Giao và Đỗ Quốc Cường**- Tác động của vốn tâm lý tích cực đến hiệu quả công việc thông qua vai trò trung gian của sự hài lòng trong công việc của nhân viên kinh doanh ở doanh nghiệp bất động sản tại Thành phố Hồ Chí Minh. **Mã số: 164.2HRMg.22** 89  
*The impact of positive psychological capital on job performance through the mediating of employees' job satisfaction at real estate companies in Ho Chi Minh City*

## Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 10. Vũ Văn hưởng, Lê Quốc Hội và Đồng Mạnh Cường** - Vai trò của chính quyền số tới tính minh bạch và kiểm soát tham nhũng của chính quyền cấp tỉnh tại Việt Nam. **Mã số: 164.3GEMg.31** 106  
*The impact of e-government on transparency and corruption control of provincial governments in Vietnam*

# TÁC ĐỘNG CỦA VỐN TRI THỨC ĐẾN ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

**Trương Đức Thao**

Đại học Đại Nam

Email: thaotd@dainam.edu.vn

**Nguyễn Hoàng Việt**

Trường Đại học Thương mại

Email: nhviet@tmu.edu.vn

**Nguyễn Anh Tuấn**

Đại học Quốc gia Hà Nội

Email: natuanftu@gmail.com

**Lê Anh Hưng**

Công ty TNHH STI Việt Nam

Email: leanhung0803@gmail.com

Ngày nhận: 18/02/2022

Ngày nhận lại: 30/3/2022

Ngày duyệt đăng: 01/04/2022

Nghiên cứu này được tiến hành dựa trên kết quả khảo sát 458 doanh nghiệp ở Việt Nam, trong đó có 161 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp, 124 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, và 173 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ. Kết quả ước lượng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho thấy, thành phần “Vốn con người” và “Vốn tổ chức” chiếm ưu thế cao hơn so với “Vốn xã hội” tác đến hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp và cũng có tác động thuận chiều. Hoạt động đổi mới sáng tạo có tác động tích cực tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp, trong đó tác động mạnh nhất và có tính chất quyết định là “đổi mới sáng tạo quy trình”, tiếp đó là “đổi mới sáng tạo tổ chức”, thứ ba là “đổi mới sáng tạo marketing” và thấp nhất là “đổi mới sáng tạo sản phẩm”.

**Từ khóa:** Đổi mới sáng tạo, vốn tri thức, đổi mới sáng tạo sản phẩm, đổi mới sáng tạo quy trình, đổi mới sáng tạo tổ chức, đổi mới sáng tạo marketing.

**JEL Classifications:** L25, M10, M19, O32, O34.

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu, khi mà nguồn vốn hữu hình là hữu hạn, phần vốn vô hình đặc biệt là vốn tri thức còn rất nhiều tiềm năng khai thác, đòi hỏi chúng ta cần có những nghiên cứu chuyên sâu hơn về vốn tri thức, qua đó giúp doanh nghiệp (DN) tăng cường năng lực cạnh tranh thông qua tăng cường tài sản vô hình, điều mà không thể bắt chước dễ dàng bởi đối thủ cạnh tranh. Chính vì vậy, tri thức được xem như là chìa khóa cho tăng

trưởng kinh tế và phát triển bền vững. Vào những thập niên 1990, các DN nhận ra rằng tri thức ngày càng trở thành một nguồn lực chiến lược quan trọng nhất và là một nguồn lực kinh tế chính và chiếm ưu thế (Gavious & Russ, 2009; Ramezan, 2011). Vốn tri thức được biết đến với vai trò đặc biệt quan trọng trong một xã hội tri thức (Bukh, Larsen, & Mouritsen, 2001). Bước đầu tiên các DN cần xem xét khi muốn chuyển từ DN truyền thống sang DN dựa trên tri thức là nhận thức được tri thức của tổ

chức còn được biết đến như là vốn tri thức (Montequín, Fernández, Cabal, & Gutierrez, 2006). Các tổ chức tham gia vào trong kỷ nguyên tri thức cần hiểu rằng họ nên sử dụng ba loại vốn (vốn vật chất (hữu hình), vốn tài chính và vốn tri thức) nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ của họ (Andriessen, 2004; Wall, 2005). Các tổ chức trong mọi loại hình sẽ cần phải trở nên tốt hơn trong cả việc sáng tạo vốn tri thức mới và sử dụng những gì họ đã có (Bartholomew, 2008). Vốn tri thức hoạt động như một thành viên quan trọng nhất nhằm chứng minh sự khác biệt giữa giá trị thị trường và giá trị sổ sách của nhiều DN (Beattie & Thomson, 2007; Bozbura, Beskese, & Kahraman, 2007; Wall, Kirk, & Martin, 2004; Yang & Lin, 2009). Ngoài ra, rất nhiều các nghiên cứu khác đã đề cập đến tác động của vốn tri thức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp; tác động của đổi mới sáng tạo (ĐMST) đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp; hoặc xem xét mối quan hệ tác động của cả ba nội dung này nhưng ở các thành phần khác nhau của ĐMST, điển hình như các nghiên cứu của Cabello-Medina và cộng sự (2011); Hussinki (2015); Bontis và cộng sự (2018); Beltramo và cộng sự (2020); Duodu và Rowlinson (2021); Barbieri và cộng sự (2021)... Các nghiên cứu này đưa đến những kết luận khác nhau về tác động của từng thành phần của vốn tri thức đến ĐMST, từng thành phần khác nhau của ĐMST đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Và vì thế, việc tiếp tục nghiên cứu về mối quan hệ của vốn tri thức đến ĐMST và kết quả hoạt động của doanh nghiệp nhưng xem xét một cách tổng thể các thành phần của vốn tri thức và ĐMST sẽ cho thấy bức tranh đầy đủ hơn về mối quan hệ này.

Trong những năm gần đây, ở Việt Nam đã có nhiều nghiên cứu về quản trị tri thức, đổi mới sáng tạo trong DN. Tuy nhiên, các nghiên cứu về quản trị tri thức và ĐMST tại Việt Nam hiện nay mới chỉ dừng lại ở mức giải thích các khái niệm. Các nghiên cứu chưa tiến hành lượng hóa được mối quan hệ tác động của từng thành phần vốn tri thức đến từng thành phần của đổi mới sáng tạo và từng thành phần của đổi mới sáng tạo đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp, do đó, các nhà quản lý doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách chưa có minh chứng cả về lý luận và thực tiễn về vai trò của quản trị vốn tri thức đối với hoạt động đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp và hoạt động đổi mới sáng tạo có ý

nghĩa như thế nào đến kết quả hoạt động của tổ chức. Do đó, việc tiến hành nghiên cứu vấn đề này của nhóm tác giả là cần thiết và có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn.

## **2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu**

### ***Vốn tri thức***

Vốn tri thức là tất cả các nguồn lực vô hình mà tổ chức đang nắm giữ và nhờ đó tạo được lợi thế cạnh tranh và bằng cách kết hợp các nguồn lực hữu hình, tổ chức tạo ra lợi nhuận trong tương lai. Vốn tri thức được hiểu là các kỹ năng, kiến thức, thông tin, kinh nghiệm, khả năng giải quyết vấn đề và trí tuệ tổng hợp của cả tổ chức. Vốn tri thức bao gồm 3 thành phần là (1) vốn con người; (2) vốn tổ chức và (3) vốn xã hội. Trong đó, vốn con người là kiến thức, kỹ năng, khả năng thích nghi và ứng dụng của mỗi người. Vốn tổ chức bao gồm kiến thức được thể chế hóa, hệ thống kinh nghiệm bên trong tổ chức và được sử dụng thông qua cơ sở dữ liệu, bằng sáng chế, hướng dẫn sử dụng, cấu trúc, hệ thống và quy trình; Vốn xã hội bao gồm những kiến thức được thẩm thấu, sẵn sàng sử dụng và được thông qua bởi sự tương tác giữa các cá nhân và hệ thống mạng lưới (Subramaniam & Youndt, 2005; Youndt, Subramaniam, & Snell, 2004).

### ***Hoạt động đổi mới sáng tạo***

Có hai cách tiếp cận nghiên cứu về ĐMST đó là, (1) coi ĐMST như một quá trình và quan điểm còn lại (2) coi ĐMST như một kết quả (Crossan & Apaydin, 2010). ĐMST như là một quá trình liên quan đến câu hỏi “như thế nào”, trong khi ĐMST như một kết quả liên quan đến khía cạnh “cái gì”. ĐMST như một quá trình xem xét nơi diễn ra quá trình đổi mới, các động lực bên trong và bên ngoài cho sự ĐMST (ví dụ: sự sẵn có của các nguồn lực và kiến thức, cơ hội thị trường, tuân thủ một tiêu chuẩn mới) và nguồn lực cho sự ĐMST (bên trong và bên ngoài) là gì. Trong khi đó, ĐMST như là kết quả tập trung vào các loại ĐMST (sản phẩm, quá trình, tổ chức và marketing), mức độ ĐMST (tăng cường hoặc nâng cao) và người giới thiệu (công ty, thị trường, ngành công nghiệp) sử dụng để đánh giá mức độ mới lạ. Mặc dù ĐMST như một quá trình diễn ra trước ĐMST như một kết quả, nhưng cho đến nay khía cạnh này vẫn nhận được ít sự quan tâm hơn các vấn đề khác (Crossan & Apaydin, 2010). Nhâm Phong Tuấn (2016) khẳng định, nói đến ĐMST là nói đến các hoạt động ĐMST (sản phẩm,

quy trình, marketing, tổ chức) và kết quả của các hoạt động đổi mới đó trong tổ chức (Nhâm Phong Tuấn, 2016).

#### ***Kết quả hoạt động của doanh nghiệp***

Kết quả hoạt động của doanh nghiệp là việc biến đổi đầu vào thành đầu ra nhằm đạt tới mục tiêu đã định. Kết quả hoạt động của doanh nghiệp liên quan đến mối quan hệ giữa tính hiệu quả về chi phí với đầu ra và giữa đầu ra với những mục tiêu đạt được. Kết quả hoạt động của doanh nghiệp có thể đo lường bằng nhiều chỉ số đã được các nghiên cứu trước đề cập (Chalos & Chen, 2002). Cụ thể, theo Maani, Putterill và Sluti (1994) thì kết quả hoạt động của doanh nghiệp được đánh giá qua Thị phần, Lợi nhuận/doanh thu, lợi nhuận/tài sản (Maani, Putterill, & Sluti, 1994), đồng quan điểm đó, Huang, Tung - Chun (1997) cũng sử dụng Lợi nhuận và doanh thu để đánh giá kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Huang, 1997). Còn theo Podsakoff và cộng sự (1996) thì kết quả hoạt động của doanh nghiệp được đánh giá qua sự thay đổi của chất lượng sản phẩm (Podsakoff, MacKenzie, & Bommer, 1996).

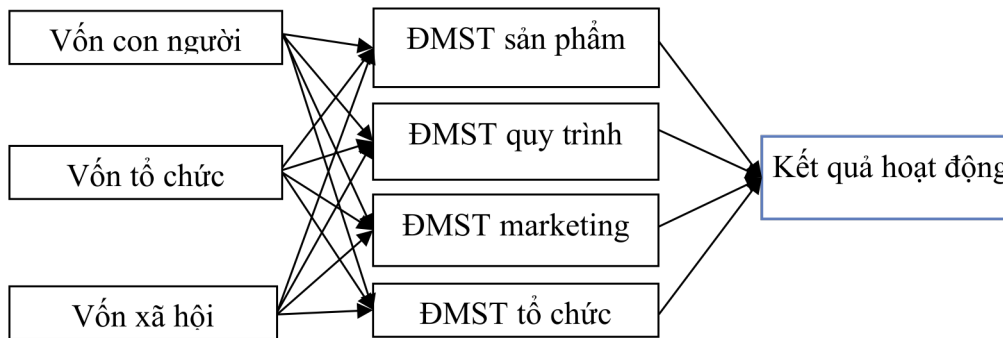
Ảnh hưởng kết hợp của một hoặc các thành phần của vốn tri thức (vốn con người, vốn tổ chức, vốn xã hội) đến quá trình ĐMST, kết quả ĐMST và kết quả hoạt động đã được nghiên cứu ở phạm vi tổ chức có quy mô khác nhau (doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp lớn), trong ngành (công nghệ cao, y tế, lưu trữ) và tại các quốc gia (Mỹ, các nước Bắc Âu, Úc). Một loạt các nghiên cứu đã tập trung vào phân tích vốn tri thức cho ĐMST (Prajogo & Ahmed, 2006), nghiên cứu vốn tri thức tác động đến kết quả ĐMST (Jassawalla & Sashittal, 1998; Subramaniamand & Youndt, 2005), tác động của vốn tri thức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Hayton, 2005; Mol & Birkinshaw, 2009; Tseng, Huo, & Chou, 2008). Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng, vốn tri thức có tác động tích cực và mối quan hệ tích cực với ĐMST và kết quả hoạt động của DN (Bontis, Keow, & Richardson, 2000; Cabello-Medina, López-Cabrales, & Valle-Cabrera, 2011). Nghiên cứu của Wu và Sivalogathan (2013) phát hiện ra rằng vốn tri thức trong tổ chức (vốn con người, vốn xã hội và vốn tổ chức) có tác động đến khả năng ĐMST, chúng có quan hệ với kết quả ĐMST và kết quả hoạt động của doanh nghiệp (El-Telbani, 2013; X. Wu & V. Sivalogathan, 2013; Zerenler, Hasiloglu, & Sezgin, 2008).

Nhiều nghiên cứu đã chứng minh tồn tại mối quan hệ tích cực giữa các thành phần vốn tri thức đến hoạt động ĐMST của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, cũng có rất nhiều nghiên cứu đã chứng minh mối quan hệ giữa ĐMST có tác động tích cực đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Một số các nghiên cứu gần đây đã ước lượng mô hình tổng thể xem xét mối quan hệ tác động của từng thành phần vốn tri thức đến đổi mới sáng tạo và tác động của đổi mới sáng tạo đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Barbieri, Buonomo, Farnese, & Benevene, 2021; Beltramino, Garcia-Perez-de-Lema, & Valdez-Juárez, 2020; Duodu & Rowlinson, 2021; Xiaobo WU & V. Sivalogathan, 2013). Các nghiên cứu này coi đổi mới sáng tạo là một biến phụ thuộc vào các thành phần của vốn tri thức, tiếp đó coi kết quả hoạt động là biến phụ thuộc vào đổi mới sáng tạo, sau đó ước lượng mô hình tổng thể bằng phương trình cấu trúc tuyến tính (SEM) hoặc kiểm định thành hai hoặc nhiều mô hình hồi quy tuyến tính riêng rẽ.

Trên cơ sở khung lý thuyết được xây dựng ở trên, nhóm tác giả tiến hành khái quát mô hình nghiên cứu tác động của vốn tri thức đến đổi mới sáng tạo và kết quả hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam như sau (hình 1):

Căn cứ vào mô hình nghiên cứu và các giả thuyết đã lập luận, chúng tôi đề xuất 2 nhóm giả thuyết lớn gồm: (H1) Các thành phần của vốn tri thức có tác động tích cực đến từng thành phần của đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp Việt Nam và (H2) Các thành phần của hoạt động đổi mới sáng tạo có tác động tích cực đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam.

Dựa trên mô hình và giả thuyết nghiên cứu, một phiếu khảo sát dành cho doanh nghiệp đã được soạn với 37 mệnh đề quan sát cho các thành phần của vốn tri thức (14 mệnh đề), các thành phần ĐMST (19 mệnh đề) và kết quả hoạt động (4 mệnh đề). Chúng tôi đã tiến hành phát ra 600 phiếu tại 600 doanh nghiệp tại Việt Nam trong khoảng thời gian từ tháng 10/2019 đến tháng 12/2019 và thu về 522 phiếu, trong đó chỉ có 458 doanh nghiệp cho kết quả trả lời đầy đủ thông tin và hợp lệ còn 66 phiếu không hợp lệ do điền thiếu thông tin. Như vậy, kích thước mẫu này đảm bảo quy mô mẫu đủ lớn để tiến hành nghiên cứu định lượng với các kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng



Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu

**Hình 1:** Mô hình nghiên cứu

định (CFA) và kiểm định mô hình bằng phương trình cấu trúc tuyến tính (SEM) để cho kết quả nghiên cứu là đáng tin cậy và có tính đại diện cao.

**3. Kết quả nghiên cứu**

Về thực trạng các nhân tố trong mô hình, kết quả thống kê mô tả cho thấy, nhân tố vốn con người đạt mức 2.892 điểm, nhân tố vốn tổ chức đạt 2.835 điểm và nhân tố vốn xã hội đạt 3.467 điểm. Thực trạng đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay ở mức trung bình, hoạt động ĐMST sản phẩm/dịch vụ đạt 3.631 điểm, hoạt động ĐMST quy trình đạt 3.553 điểm, hoạt động ĐMST marketing đạt 3.512 điểm; hoạt động ĐMST tổ chức đạt 3.07 điểm; cuối cùng, kết quả hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay đạt 3.524 điểm.

Về mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình, chúng tôi tiến hành kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính và được kết quả, mô hình có 607 bậc tự do (df=607). Kết quả cho thấy mô hình đạt được độ tương thích với tập dữ liệu nghiên cứu: Chi-square= 1511.309 (p=0.000); cmin/df = 2.490; GFI = 0.849; TLI = 0.919; CFI = 0.926; và RMSEA = 0.057. Trọng số chuẩn hóa của các biến quan sát đều lớn hơn 0.5 (nhỏ nhất là 0.589) và trọng số chưa chuẩn hóa của các biến đều có ý nghĩa thống kê nên khẳng định được giá trị hội tụ của các thang đo. Hệ số tương quan của các khái niệm đều nhỏ hơn một đơn vị nên các khái niệm đạt được giá trị phân biệt. Mô hình đo lường phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu, không có tương quan giữa các sai số đo lường nên đạt được tính đơn nguyên. Các kết quả chính của mô hình được thể hiện trong bảng dưới đây:

*Mô hình 1:* Tác động của vốn tri thức tới đổi mới sáng tạo sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp Việt Nam có kết quả ước lượng của mô hình cho giá trị

$R^2 = 0.061$  đồng nghĩa với chỉ có 6,1% sự thay đổi của đổi mới sáng tạo sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp Việt Nam được giải thích bởi vốn tri thức. Điều này cũng tương đối dễ hiểu khi trong ba thành phần của vốn tri thức chỉ có “Vốn tổ chức” tác động mạnh nhất tới “đổi mới sáng tạo sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp Việt Nam” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.194 và ở mức ý nghĩa thống kê 99%, còn thành phần “Vốn con người” có hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.191 và ở mức ý nghĩa thống kê trên 90%, còn thành phần “Vốn xã hội” thì chưa đủ căn cứ để kết luận có tác động đến “đổi mới sáng tạo sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp Việt Nam”.

*Mô hình 2:* Tác động của vốn tri thức tới đổi mới sáng tạo quy trình của doanh nghiệp Việt Nam có kết quả ước lượng của mô hình cho giá trị  $R^2 = 0.304$  đồng nghĩa với việc có 30,4% sự thay đổi của đổi mới sáng tạo quy trình của doanh nghiệp Việt Nam được giải thích bởi vốn tri thức. Trong đó, các thành phần của “Vốn tri thức” tác động đến “đổi mới sáng tạo quy trình của doanh nghiệp Việt Nam” đều có ý nghĩa thống kê đạt trên 99% và được xếp theo thứ tự từ cao nhất là “Vốn tổ chức” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.361; thứ hai là “Vốn xã hội” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.274; thứ ba là “Vốn con người” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.161.

*Mô hình 3:* Tác động của vốn tri thức tới đổi mới sáng tạo marketing của doanh nghiệp Việt Nam có kết quả ước lượng của mô hình cho giá trị  $R^2 = 0.249$  đồng nghĩa với việc có 24,9% sự thay đổi của đổi mới sáng tạo marketing của doanh nghiệp Việt Nam được giải thích bởi vốn tri thức. Trong đó, chỉ có hai thành tố là “Vốn con người” và “Vốn tổ chức” có tác động tới “đổi mới sáng tạo marketing của doanh nghiệp Việt Nam” với mức ý nghĩa thống



**Bảng 1:** Kết quả ước lượng chuẩn hóa các tham số trong mô hình lý thuyết

	Mối quan hệ giữa các khái niệm	Ước lượng chưa chuẩn hóa	Ước lượng chuẩn hóa	Sai lệch chuẩn	Giá trị (t)	Giá trị (p)	
<b><i>R<sup>2</sup> của ĐMST sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam = 0.061</i></b>							
	ĐMSP <---	VCN	0.089	0.091	0.049	1.819	0.069
	ĐMSP <---	VTC	0.212	0.194	0.058	3.638	***
	ĐMSP <---	VXH	0.060	0.054	0.050	1.202	0.229
<b><i>R<sup>2</sup> của ĐMST quy trình của doanh nghiệp Việt Nam = 0.304</i></b>							
	ĐMQT <---	VCN	0.133	0.161	0.037	3.598	***
	ĐMQT <---	VTC	0.332	0.361	0.046	7.227	***
	ĐMQT <---	VXH	0.257	0.274	0.039	6.587	***
<b><i>R<sup>2</sup> của ĐMST marketing của doanh nghiệp Việt Nam = 0.249</i></b>							
	ĐMMar <---	VCN	0.424	0.461	0.051	2.237	0.025
	ĐMMar <---	VTC	0.113	0.110	0.045	9.469	***
	ĐMMar <---	VXH	0.032	0.031	0.044	.743	0.458
<b><i>R<sup>2</sup> của ĐMST tổ chức của doanh nghiệp Việt Nam = 0.225</i></b>							
	ĐMTC <---	VCN	0.207	0.255	0.036	5.814	***
	ĐMTC <---	VTC	0.219	0.242	0.042	5.200	***
	ĐMTC <---	VXH	0.200	0.217	0.037	5.485	***
<b><i>R<sup>2</sup> của kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam = 0.465</i></b>							
	KQHĐ <---	ĐMSP	0.049	0.053	0.038	1.304	0.192
	KQHĐ <---	ĐMQT	0.597	0.544	0.052	11.503	***
	KQHĐ <---	ĐMMar	0.107	0.109	0.042	2.552	0.011
	KQHĐ <---	ĐMTC	0.252	0.226	0.045	5.596	***

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên Amos24

kê đạt trên 95% và 99% còn “Vốn xã hội” thì chưa đủ căn cứ để kết luận. Cụ thể, thành phần “Vốn con người” tác động mạnh tới “đổi mới sáng tạo marketing của doanh nghiệp Việt Nam” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.461, còn thành phần “Vốn tổ chức” có hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.11.

**Mô hình 4:** Tác động của vốn tri thức tới đổi mới sáng tạo tổ chức của doanh nghiệp Việt Nam có kết quả ước lượng của mô hình cho giá trị  $R^2 = 0.225$  đồng nghĩa với việc có 22,5% sự thay đổi của đổi mới sáng tạo tổ chức của doanh nghiệp Việt Nam được giải thích bởi vốn tri thức. Trong đó, các thành phần của “Vốn tri thức” tác động đến “đổi mới sáng tạo tổ chức của doanh nghiệp Việt Nam” đều có ý nghĩa thống kê đạt trên 99% và được xếp theo thứ tự từ cao nhất là “Vốn con người” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.255; thứ hai là “Vốn tổ chức” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.242; thứ ba là “Vốn xã hội” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.217.

**Mô hình 5:** Tác động của đổi mới sáng tạo đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam có kết quả ước lượng của mô hình cho giá trị  $R^2 =$

0.465, nghĩa là có 46,5% sự thay đổi trong kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam phụ thuộc vào đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp Việt Nam, còn lại 53,5% sẽ do các yếu tố khác ngoài mô hình hoặc sai số ngẫu nhiên giải thích. Trong đó, cả bốn thành phần của “đổi mới sáng tạo” đều có tác động tích cực đến “kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam”. Tuy nhiên, mức độ tác động và mức ý nghĩa thống kê là khác nhau. Cụ thể, tác động mạnh nhất là “đổi mới sáng tạo quy trình” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.544 và ở mức ý nghĩa thống kê trên 99%; thứ hai là “đổi mới sáng tạo tổ chức” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.226 và cũng ở mức ý nghĩa thống kê trên 99%; thứ ba là “đổi mới sáng tạo marketing” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0.109 và ở mức ý nghĩa thống kê trên 95%. Cuối cùng là “đổi mới sáng tạo sản phẩm” với hệ số Beta chuẩn hóa đạt ở mức khá thấp 0.053 và với mức ý nghĩa thống kê chỉ đạt trên 80%, trong nhiều nghiên cứu người ta có thể kết luận là không có mối quan hệ tác động của các nhân tố khi mức ý nghĩa thống kê đạt dưới 90%, tuy nhiên, nghiên cứu này xem xét mối quan

hệ tác động của “đổi mới sáng tạo sản phẩm” đến “kết quả hoạt động của doanh nghiệp” thì rõ ràng, những cải tiến về sản phẩm sẽ có mối liên hệ với kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Vậy nên, nghiên cứu sinh vẫn chấp nhận giả thuyết này ở mức ý nghĩa đạt trên 80%.

#### **4. Thảo luận kết quả**

Kết quả ước lượng mô hình cho thấy, đa số các thành phần của vốn tri thức đều có tác động thuận chiều tới các hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp (chỉ có thành phần vốn xã hội là không tác động rõ rệt đến đổi mới sáng tạo sản phẩm và đổi mới sáng tạo marketing). Kết quả này có sự tương đồng với kết quả của các nghiên cứu như: Xiaobo Wu và Sivalogathan (2013) khi khẳng định vốn con người, vốn tổ chức và vốn xã hội tác động tích cực đến đổi mới sáng tạo và đổi mới sáng tạo tác động tích cực đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Xiaobo WU & V. Sivalogathan, 2013), Barbieri và cộng sự (2021) khẳng định vốn tổ chức tác động tích cực đến hoạt động ĐMST với Beta chuẩn hóa = 0.48;  $p=0.000$  (Barbieri et al., 2021). Cụ thể:

Đối với đổi mới sáng tạo sản phẩm thì vốn tổ chức với Beta chuẩn hóa = 0.194 và  $p=0.000$  có tác động mạnh và rõ rệt hơn vốn con người với Beta chuẩn hóa = 0.091 và  $p=0.069$ , còn vốn xã hội thì không tác động đến đổi mới sáng tạo sản phẩm ( $P_{\text{vale}}=0.229$ ). Đồng quan điểm này, Beltramo và cộng sự (2020) khi nghiên cứu về tác động của vốn tri thức đến ĐMST sản phẩm, ĐMST quy trình và kết quả hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Argentina cũng cho kết quả vốn con người tác động tích cực đến ĐMST sản phẩm với Beta chuẩn hóa đạt 0.408 và  $P_{\text{value}} = 0.000$ , vốn tổ chức tác động tích cực tới ĐMST sản phẩm với Beta chuẩn hóa đạt 0.199 và  $P_{\text{value}} = 0.005$ , vốn xã hội cũng không tác động đến ĐMST sản phẩm ( $P_{\text{value}} = 0.545$ ) trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa (Beltramo et al., 2020). Như vậy, để thúc đẩy ĐMST sản phẩm thì doanh nghiệp cần tập trung các nỗ lực vào vốn con người và vốn tổ chức. Bản thân vốn con người và vốn tổ chức cũng có mối quan hệ chặt chẽ với nhau trong mỗi tổ chức, doanh nghiệp cần thiết kế bộ máy tinh gọn và tạo ra các chính sách thúc đẩy sự sáng tạo của các cá nhân trong công việc. Các sáng tạo dù là nhỏ nhất cũng cần được lưu trữ và trao đổi trong tổ chức, xem đó như là một tài sản trí

tuệ của tổ chức. Hoạt động đổi mới sáng tạo sản phẩm cần được bắt đầu từ chính những người lao động trực tiếp sản xuất và được phát triển với những kỹ sư, nhà quản lý trong bộ phận nghiên cứu và phát triển, dưới sự ủng hộ của ban lãnh đạo doanh nghiệp.

Đối với hoạt động đổi mới sáng tạo quy trình thì vốn tổ chức có tác động mạnh nhất (Beta chuẩn hóa = 0.361;  $p=0.000$ ), tiếp đó là vốn xã hội (Beta chuẩn hóa = 0.274;  $p=0.000$ ), và cuối cùng là vốn con người (Beta chuẩn hóa = 0.161;  $p=0.000$ ). Theo Beltramo và cộng sự (2020) thì vốn con người tác động tích cực đến ĐMST quy trình với Beta chuẩn hóa đạt 0.330 và  $P_{\text{value}} = 0.000$ , vốn tổ chức tác động tích cực đến ĐMST quy trình với Beta chuẩn hóa đạt 0.251 và  $P_{\text{value}} = 0.000$ , vốn xã hội không tác động đến ĐMST quy trình ( $P_{\text{value}} = 0.782$ ) (Beltramo et al., 2020). Trong sản xuất kinh doanh hiện đại, sản phẩm đang được tạo ra bởi quy trình, đó là sự phối kết hợp của các khâu, các bước trong một chuỗi các mắt xích của một quy trình có thể là ở bên trong nội bộ một doanh nghiệp hoặc giữa các doanh nghiệp với nhau. Theo Martin Christopher (2003) thì quản trị tổ chức đang dịch chuyển từ mô hình chức năng sang quản trị theo quy trình (Christopher, 2003). Do vậy, doanh nghiệp cần tái thiết kế quy trình hoạt động, phát triển “bộ gen” đặc trưng của mình, quan tâm đến bảo hộ các tài sản trí tuệ và không ngừng bồi đắp, xây dựng văn hóa tổ chức để tạo ra sức mạnh vô hình của tổ chức.

Đối với hoạt động đổi mới sáng tạo marketing thì chỉ có vốn con người và vốn tổ chức là có tác động rõ rệt và vốn con người tác động rất mạnh (Beta chuẩn hóa = 0.461;  $p=0.025$ ) còn vốn tổ chức thì ở mức độ thấp hơn (Beta chuẩn hóa = 0.110;  $p=0.000$ ); vốn xã hội không có mối quan hệ tác động đến hoạt động đổi mới sáng tạo marketing của doanh nghiệp tại Việt Nam do giá trị  $P_{\text{vale}}$  đạt 0.458. Có thể thấy là, hoạt động marketing của các doanh nghiệp của ta hiện nay còn thiên về bán hàng, hoạt động nghiên cứu thị trường, định hướng thị trường còn bỏ ngỏ và ít được quan tâm, một phần nguyên nhân ở đây là do các doanh nghiệp của ta chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ, mới thành lập (Trương Đức Thao & Nguyễn Đức Xuân, 2020). Do vậy, doanh nghiệp cần tập trung nhiều vào việc quản trị tri thức để khai thác tốt nguồn lực vốn con người như đổi mới tư duy về tuyển dụng, bố trí sắp xếp công việc, đào tạo và phát triển..., thành lập các bộ



phận chuyên trách về nghiên cứu và phát triển, thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử, digital marketing trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đối với hoạt động đổi mới sáng tạo tổ chức thì cả ba thành phần của vốn tri thức đều tác động tích cực và theo thứ tự từ cao nhất là vốn con người (Beta chuẩn hóa = 0.255;  $p=0.000$ ), thứ hai là vốn tổ chức (Beta chuẩn hóa = 0.242;  $p=0.000$ ) và cuối cùng là vốn xã hội (Beta chuẩn hóa = 0.217;  $p=0.000$ ). Như đã trình bày ở trên, cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp ngày càng trở nên tinh gọn, các cơ cấu tổ chức theo chức năng đang dần chuyển sang quy trình, khi đó, nguồn vốn tổ chức của công ty được xem như là một dạng tài sản trí tuệ tạo nên lợi thế cạnh tranh và là nguồn sức mạnh to lớn thúc đẩy tổ chức không ngừng đổi mới để hoàn thiện bộ máy của mình và vận hành các hoạt động tạo giá trị một cách tối ưu nhất.

Cũng theo kết quả ước lượng của mô hình cho thấy, các thành phần của hoạt động đổi mới sáng tạo đều có tác động tích cực tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam. Kết quả này có sự tương đồng với kết quả của các nghiên cứu như, Barbieri và cộng sự (2021) khẳng định hoạt động ĐMST của doanh nghiệp tác động tích cực đến kết quả hoạt động với Beta chuẩn hóa = 0.48;  $p=0.000$  (Barbieri et al., 2021). Chi tiết các kết quả ước lượng như sau:

Tác động mạnh nhất đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam là hoạt động đổi mới quy trình (Beta chuẩn hóa = 0.544;  $p=0.000$ ), kết quả nghiên cứu này phù hợp với kết quả nghiên cứu của các tác giả như: Nhâm Phong Tuấn (2016) khi đổi mới quy trình tốt sẽ dẫn đến kết quả đổi mới sáng tạo tốt Beta chuẩn hóa đạt 0.305,  $P\_value = 0.000$  và tác động tích cực nhất đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp cả về thị trường (Beta chuẩn hóa đạt 0.295,  $P\_value = 0.000$ ) và tài chính (Beta chuẩn hóa đạt 0.292,  $P\_value = 0.001$ ) (Nhâm Phong Tuấn, 2016); Nghiên cứu của Beltramino và cộng sự (2020) cũng khẳng định ĐMST quy trình tác động tích cực đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp với Beta chuẩn hóa đạt 0.311 và  $P\_value = 0.001$  (Beltramino et al., 2020). Áp lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp ngày càng tăng, muốn vậy, doanh nghiệp cần có năng suất cao, sản phẩm có chất lượng và đáp ứng nhanh các nhu cầu của khách hàng. Do vậy, việc hoàn thiện quy trình sản xuất kinh doanh là rất cần thiết, đặc biệt hoạt động kinh

doanh ngay nay không bị đóng kín trong “bốn bức tường kinh doanh” mà là dạng “doanh nghiệp mở rộng”, quy trình không chỉ là khép kín trong mỗi doanh nghiệp mà là quy trình của toàn bộ chuỗi cung ứng. Các doanh nghiệp cần tập trung vào xây dựng và hoàn thiện chuỗi cung ứng, ứng dụng thương mại điện tử vào việc nghiên cứu thị trường và phân phối, cải tiến các quy trình hiện tại bằng việc áp dụng các kiến thức mới về quản trị tinh gọn, quản trị chất lượng...

Mức độ tác động đứng thứ hai đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam là hoạt động đổi mới tổ chức với Beta chuẩn hóa = 0.226 và  $p=0.000$ . Kết quả này cũng có sự tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nhâm Phong Tuấn (2016) với kết luận đổi mới sáng tạo tổ chức có quan hệ thuận chiều với kết quả đổi mới sáng tạo (Beta chuẩn hóa đạt 0.436,  $P\_value = 0.000$ ) và tác động thuận chiều đến kết quả thị trường (Beta chuẩn hóa đạt 0.341,  $P\_value = 0.000$ ) và kết quả tài chính của doanh nghiệp (Beta chuẩn hóa đạt 0.266,  $P\_value = 0.002$ ) (Nhâm Phong Tuấn, 2016). Một trong những vấn đề tồn tại ở nước ta là cơ cấu tổ chức của các doanh nghiệp thường bị “phình to” bất kể là tổ chức công hay tư, làm cho chi phí quản lý tăng lên rất cao và điều phối các hoạt động cũng khó khăn ra vương các chức năng khác nhau làm chậm quá trình ra quyết định. Do vậy, việc tái cấu trúc, thiết kế tổ chức theo hướng tinh gọn và hướng tới quy trình là rất cần thiết nhằm tăng cường kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Mức độ tác động thứ ba là hoạt động đổi mới sáng tạo marketing với Beta chuẩn hóa = 0.109 và  $p=0.000$ . Tương tự như đổi mới quy trình, kết quả đổi mới sáng tạo marketing cũng có sự tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nhâm Phong Tuấn (2016) với kết luận đổi mới sáng tạo marketing có quan hệ thuận chiều với kết quả đổi mới sáng tạo (Beta chuẩn hóa đạt 0.165,  $P\_value = 0.034$ ) và tác động thuận chiều đến kết quả thị trường (Beta chuẩn hóa đạt 0.236,  $P\_value = 0.003$ ) và kết quả tài chính của doanh nghiệp (Beta chuẩn hóa đạt 0.243,  $P\_value = 0.005$ ) (Nhâm Phong Tuấn, 2016). Thực tế tại các doanh nghiệp Việt Nam nhiều năm qua, hoạt động marketing vẫn chưa được quan tâm đầy đủ, các hoạt động marketing chủ yếu quan tâm đến tiêu thụ sản phẩm. Mà thiếu đi các hoạt động về nghiên cứu thị trường, do vậy thường xuyên xảy ra

câu chuyện “được mùa mất giá”, việc sản xuất không dựa trên các thông số về nhu cầu thị trường đã dẫn đến tình trạng này. Chính vì thế, để tăng kết quả hoạt động của doanh nghiệp thì việc sản xuất phải bắt đầu từ nghiên cứu thị trường, từ hạ nguồn của chuỗi cung ứng với dòng thông tin chảy ngược và dòng hàng hóa chảy xuôi để tạo ra một chuỗi cung ứng đồng bộ.

Cuối cùng là hoạt động đổi mới sáng tạo sản phẩm tác động tích cực đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp với Beta chuẩn hóa = 0.053 và  $p=0.000$ . Kết quả này có sự phù hợp với nghiên cứu của Beltramino và cộng sự (2020) khi khẳng định, ĐMST sản phẩm có tác động tích cực đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp với Beta chuẩn hóa đạt 0.200,  $P\_value = 0.039$  (Beltramino et al., 2020). Kết quả này có sự khác biệt nhất định với nghiên cứu của Nhâm Phong Tuấn (2016) khi giả thuyết đổi mới sáng tạo sản phẩm tốt không dẫn đến kết quả đổi mới sáng tạo tốt và cũng không dẫn đến kết quả hoạt động tốt ( $P\_value = 0.326$ ), còn trong trường hợp xét với mức ý nghĩa 95% thì kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của tác giả Nhâm Phong Tuấn (2016) (Nhâm Phong Tuấn, 2016). Sở dĩ có vấn đề này là bởi các sản phẩm cạnh tranh của doanh nghiệp Việt thường rất giống nhau do sự bắt chước lẫn nhau, do việc tập trung quá nhiều vào nghiên cứu đối thủ cạnh tranh mà quên đi khách hàng đang thực sự cần gì, nhu cầu của họ là gì (Trương Đức Thảo & Nguyễn Đức Xuân, 2020). Cũng chính vì thế mà nhận thức về tầm quan trọng của đổi mới sản phẩm trong các doanh nghiệp Việt còn ở mức thấp, thiếu sự chủ động trong đổi mới sáng tạo sản phẩm, ít quan tâm đến sở hữu trí tuệ... Các kết quả nghiên cứu này tạo ra những căn cứ hết sức chặt chẽ kể cả về lý luận và thực tiễn để đề xuất các hàm ý thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo nhằm nâng cao kết quả hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam thông qua tác động vào vốn tri thức.

### **5. Đề xuất**

*Một là*, Tập trung đổi mới sáng tạo quy trình hoạt động. Việc thực hiện tốt quy trình công việc sẽ giúp tăng năng suất lao động, tăng chất lượng công việc, giảm lãnh phí do thời gian chết trong công việc.

*Hai là*, Tập trung đổi mới sáng tạo tổ chức. Người đứng đầu tổ chức cùng với các thành viên ban lãnh đạo cần tạo ra một cơ chế hết sức linh hoạt, trao quyền cho nhân viên để nhân viên có thể tham gia ra quyết định, tự do sáng tạo trong công việc để họ có thể phát huy hết các khả năng, năng lực tiềm tàng của bản thân trong lĩnh vực đảm nhiệm.

*Ba là*, Đổi mới sáng tạo hoạt động marketing. Trọng tâm của nội dung này là phải chuyển đổi từ mô hình doanh nghiệp “đẩy” sang mô hình doanh nghiệp “kéo”, nghĩa là việc nghiên cứu thị trường, xác định nhu cầu khách hàng sẽ là khởi điểm cho mọi hoạt động nhằm đáp ứng nhu cầu thay vì tập trung vào sản xuất rồi tìm cách tiêu thụ như truyền thống.

*Bốn là*, Đánh giá đúng vai trò của đổi mới sáng tạo sản phẩm/dịch vụ đối với kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp Việt Nam thường là các doanh nghiệp nhỏ nên chi phí cho đổi mới sáng tạo sản phẩm sẽ không có nhiều và cũng khó để duy trì riêng một bộ phận chuyên trách về nghiên cứu phát triển. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam cần xác định rõ, việc nghiên cứu đổi mới sáng tạo sản phẩm/dịch vụ chủ yếu bắt nguồn từ chính bộ phận sản xuất, chỉ có những người trực tiếp sản xuất, những người tham gia vào hoạt động sản xuất và cung ứng dịch vụ mới hiểu rõ sản phẩm của mình cần thay đổi như thế nào cho tốt hơn, hoàn thiện hơn.

*Năm là*, Khai thác triệt để vốn con người của doanh nghiệp thông qua quản trị tri thức: Sắp xếp lại các vị trí công việc hiện tại để đảm bảo đúng người, đúng việc; đổi mới tư duy tuyên dụng; lập các quỹ dành cho hoạt động đổi mới sáng tạo...

*Sáu là*, Phát huy vai trò của vốn tổ chức trong các hoạt động tạo giá trị: cần nhìn nhận rõ các tài sản trí tuệ của tổ chức để tìm cách lưu trữ chúng; xem văn hóa công ty như một tài sản trí tuệ của tổ chức; quan tâm đến xây dựng và bảo vệ thương hiệu; xây dựng cấu trúc tổ chức của công ty giống như mô tả cấu trúc “gen di truyền”, các kiến thức và thông tin của tổ chức được cụ thể hóa trong cấu trúc, hệ thống và các quy trình của doanh nghiệp.

*Bảy là*, tăng cường các hoạt động nhằm cải thiện vốn xã hội của doanh nghiệp: tạo môi trường làm việc thân thiện, tạo bầu không khí thoải mái nơi làm việc, khuyến khích sự chia sẻ, trao đổi trong công việc; đào tạo nhân viên các kỹ năng giao tiếp trong công việc, giao tiếp với khách hàng, đối tác...; xây dựng bộ quy tắc ứng xử trong công ty, hướng dẫn nhân viên thực hiện các chức năng nhiệm vụ, quyền hạn của mình thông qua sổ tay văn hóa doanh nghiệp...

Như vậy, qua việc thu thập và phân tích dữ liệu từ 458 doanh nghiệp Việt Nam, chúng tôi nhận thấy, hoạt động đổi mới sáng tạo có ảnh hưởng tích cực và giải thích được 46,5% sự thay đổi của kết quả hoạt động tại các doanh nghiệp này. Trong đó, tác động mạnh nhất là đổi mới quy trình (Beta chuẩn

hóa = 0.544), tiếp đó là đổi mới tổ chức (Beta chuẩn hóa = 0.226), thứ ba là đổi mới marketing (Beta chuẩn hóa = 0.109) và thấp nhất là đổi mới sản phẩm (Beta chuẩn hóa = 0.053). Bên cạnh đó, các thành phần của vốn tri thức cũng có tác động tích cực đến từng thành phần của đổi mới sáng tạo, trong đó, các thành phần của vốn tri thức giải thích được 30,4% sự thay đổi của đổi mới quy trình; 24,9% sự thay đổi của đổi mới marketing; và 22,5% sự thay đổi của đổi mới tổ chức... Từ các kết quả kiểm định mô hình, nhóm nghiên cứu đã đề xuất một số gợi ý giải pháp nhằm nâng cao kết quả hoạt động của doanh nghiệp Việt Nam và đặt nền tảng cả về lý luận và thực tiễn cho việc tiếp tục nghiên cứu vấn đề này trong những ngành, lĩnh vực cụ thể hiện nay. Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu này còn hạn chế ở đối tượng khảo sát khi chưa xem xét được đến các doanh nghiệp FDI hay doanh nghiệp khởi nghiệp. Nghiên cứu cũng chưa xem xét được cơ chế tác động của vốn tri thức đến đổi mới sáng tạo trong các bối cảnh ngành nghề khác nhau hay hình thức sở hữu khác nhau... Do đó, các nghiên cứu tiếp theo có thể tiến hành nghiên cứu so sánh đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực khác nhau ở Việt Nam, hoặc trên đối tượng các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo ở nước ta. ♦

#### **Tài liệu tham khảo:**

1. Andriessen, D. (2004). *Making Sense of Intellectual Capital: Designing a Method for the Valuation of Intangibles*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
2. Barbieri, B., Buonomo, I., Farnese, M. L., & Benevene, P. (2021). *Organizational Capital: A Resource for Changing and Performing in Public Administrations*. *Sustainability*, 13(10). doi:https://doi.org/10.3390/su13105436
3. Bartholomew, D. (2008). *Building on Knowledge: Developing Expertise, Creativity and Intellectual Capital in the Construction Professions*. Singapore: Wiley-Blackwell.
4. Beattie, V., & Thomson, S. J. (2007). *Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures*. *Accounting Forum*, 31, 129 - 163.
5. Beltramino, N. S., García-Perez-de-Lema, D., & Valdez-Juárez, L. E. (2020). *The structural capital, the innovation and the performance of the industrial SMES*. *Journal of Intellectual Capital*, 21(6), 913-945.
6. Bontis, N., Keow, W. C. C., & Richardson, S. (2000). *Intellectual capital and business performance in Malaysian industries*. *Journal of Intellectual Capital*, 1 (1), 85 - 100.
7. Bozbura, F. T., Beskese, A., & Kahraman, C. (2007). *Prioritization of human capital measurement indicators using fuzzy AHP*. *Expert Systems with Applications*, 32, 1100 - 1112.
8. Bukh, P. N., Larsen, H. T., & Mouritsen, J. (2001). *Constructing intellectual capital statements*. *Scandinavian Journal of Management*, 17, 87 - 108.
9. Cabello-Medina, C., López-Cabrales, A., & Valle-Cabrera, R. (2011). *Leveraging the innovative performance of human capital through HRM and social capital in Spanish firms*. *International Journal of Human Resource Management*, 22 (4), 807 - 828.
10. Chalos, P., & Chen, C. J. P. (2002). *Employee Downsizing Strategies: Market Reaction and Post Announcement Financial Performance*. *Journal of Business Finance & Accounting*, 29(5-6).
11. Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). *A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature*. *Journal of Management Studies*, 47, 1154-1191.
12. Duodu, B., & Rowlinson, S. (2021). *Intellectual Capital, Innovation, and Performance in Construction Contracting Firms*. *Journal of Management in Engineering*, 37(1). doi:10.1061/(ASCE)ME.1943-5479.0000864
13. El-Telbani, N. (2013). *The Relationship between intellectual capital and innovation in Jawwal Company-Gaza*. *Jordan Journal of Business Administration*, 9, 619 - 650.
14. Gavius, I., & Russ, M. (2009). *The valuation implications of human capital in transactions on and outside the exchange*. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 25, 165 - 173.
15. Hayton, J. C. (2005). *Competing in the new economy: The effect of intellectual capital on corporate entrepreneurship in high-technology new ventures*. *R & D Management*, 35 (2), 137 - 155.
16. Huang, T.-C. (1997). *The effect of participative management on organizational performance: the case of Taiwan*. *The International Journal of Human Resource Management*, 8(5), 677-689. doi:10.1080/095851997341450
17. Jassawalla, A. R., & Sashittal, H. C. (1998). *An examination of collaboration in high-technology new product development processes*. *Journal of Product Innovation Management: an international*

publication of the product development & management association, 15 (3), 237 - 254.

18. Maani, K. E., Putterill, M. S., & Sluti, D. G. (1994). *Empirical Analysis of Quality Improvement in Manufacturing*. International Journal of Quality & Reliability Management, 11(7), 19-37.

19. Mol, M. J., & Birkinshaw, J. (2009). *The sources of management innovation: When firms introduce new management practices*. Journal of Business Research, 62 (12), 1269 - 1280.

20. Montequín, V. R., Fernández, F. O., Cabal, V. A., & Gutierrez, N. R. (2006). *An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises*. Journal of Information Science, 32 (6), 525 - 538.

21. Nhâm Phong Tuấn. (2016). *Phân tích đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp sản xuất Việt Nam*. Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

22. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & Bommer, W. H. (1996). *Transformational Leader Behaviors and Substitutes for Leadership as Determinants of Employee Satisfaction, Commitment, Trust, and Organizational Citizenship Behaviors*. Journal of Management, 22(2), 259-298.

23. Prajogo, D. I., & Ahmed, P. K. (2006). *Relationships between innovation stimulus, innovation capacity, and innovation performance*. R & D Management, 36 (5), 499 - 515.

24. Ramezan, M. (2011). *Intellectual capital and organizational organic structure in knowledge society: How are these concepts related?* International Journal of Information Management, 31, 88 - 95.

25. Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). *The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities*. Academy Management Journal, 48 (3), 450 - 463.

26. Trương Đức Thảo, & Nguyễn Đức Xuân. (2020). *Thực trạng định hướng thị trường và mối quan hệ tác động đến kết quả hoạt động của các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam*. Nghiên cứu Kinh tế, 12(511), 33-42.

27. Tseng, C. Y., Huo, H. Y., & Chou, S. S. (2008). *Configuration of innovation and performance in the service industry: Evidence from the Taiwanese hotel industry*. Service Industries Journal, 28 (7), 1015 - 1028.

28. Wall, A. (2005). *The measurement and management of intellectual capital in the public sector*. Public Management Review, 7 (2), 289 - 303.

29. Wall, A., Kirk, R., & Martin, G. (2004).

*Intellectual Capital: Measuring the Immeasurable?* Oxford: CIMA Publishing.

30. WU, X., & Sivalogathan, V. (2013). *Innovation Capability for better Performance: Intellectual Capital and Organization Performance of the Apparel Industry in Sri Lanka*. Journal of Advanced Management Science, 1(3).

31. Wu, X., & Sivalogathan, V. (2013). *Intellectual capital for innovation capability: A conceptual model for innovation*. International Journal of Trade, Economics and Finance, 4, 139 - 144.

32. Yang, C. C., & Lin, C. Y. Y. (2009). *Does intellectual capital mediate the relationship between HRM and organizational performance? Perspective of a healthcare industry in Taiwan*. The International Journal of Human Resource Management, 20 (9), 1965 - 1984.

33. Youndt, M. A., Subramaniam, M., & Snell, S. A. (2004). *Intellectual capital profiles: An examination of investments and returns*. Journal of Management Studies, 41, 335 - 362.

34. Zerenler, M., Hasioglu, S. B., & Sezgin, M. (2008). *Intellectual capital and Innovation Performance: Empirical evidence in the Turkish automotive supplier*. Journal of Technology, Management and Innovation, 3, 31 - 40.

### Summary

This study was completed with a survey of 458 enterprises in Vietnam, of which 161 are in the industrial sector, 124 are in the agricultural sector, and 173 are in the agricultural sector. Estimation results of linear structural model (SEM) show that innovation activities of enterprises are positively affected by the factors "Human capital", "Organizational capital" and "Social capital", with the last factor predominating over the first two. Innovation activities have a positive impact on business results, in which the most influential and decisive factor is "process innovation"; followed by "organizational innovation", the third is "marketing innovation" and the lowest is "product innovation".