



Working Paper 2021.1.6.06
- Vol 1, No 6

PHÂN TÍCH ẢNH HƯỞNG CỦA VĂN HÓA VÙNG TỚI NĂNG LỰC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Nguyễn Minh Nguyệt¹, Vũ Mỹ Linh

Sinh viên K57 CLC Quản trị kinh doanh – Khoa Quản trị kinh doanh
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Trịnh Minh Tâm

Sinh viên K57 Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng - Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Phạm Văn Trọng, Nguyễn Thị Thanh Hiền

Sinh viên K57 CLC Kinh tế đối ngoại - Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Trần Thị Ngọc Quyên

Giảng viên Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt

Trong bối cảnh nền công nghiệp số hóa đang diễn ra ngày càng nhanh chóng, dẫn tới sự thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh, việc đầu tư cho hoạt động đổi mới sáng tạo (ĐMST) ngày càng đóng vai trò nền tảng cho quá trình phát triển của các doanh nghiệp. Văn hóa vùng là một nhân tố quan trọng, định hướng hoạt động ĐMST của doanh nghiệp. Dựa trên kế thừa những nghiên cứu trước đó liên quan đến mối quan hệ giữa văn hóa vùng và năng lực ĐMST, kết hợp với phân tích ý nghĩa kết quả hồi quy, nhóm tác giả nhận thấy rằng quy mô doanh nghiệp và quỹ đầu tư và phát triển cho thấy có tác động tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam khi nghiên cứu 318 doanh nghiệp Việt Nam tại sàn chứng khoán HNX trong giai đoạn 2017-2019. Nghiên cứu đưa ra một số nhận xét chung về triển vọng lý thuyết và hướng nghiên cứu tiếp theo của tác giả.

Từ khóa: Đổi mới sáng tạo, Văn hóa vùng.

THE INFLUENCE OF REGIONAL CULTURE ON VIETNAMESE ENTERPRISES' INNOVATION CAPACITY

Abstract

In the context of the rapidly changing business environment caused by the fast-developing digital industry, innovation investment is playing an increasingly important role in business

¹ Tác giả liên hệ, Email: nguyetnm57@ftu.edu.vn

development. Regional culture is an important factor in corporate innovation. Based on previous studies related to the relationship between regional culture and innovation capacity, combined with analysis of regression model from secondary data of 318 Vietnamese enterprises on the Hanoi Stock Exchange (HNX), the authors found that enterprise size and investment and development fund had the strongest impact on the innovation capacity of Vietnamese enterprises 318 Vietnamese enterprises in the period 2017-2019. The study provides some general comments on the theoretical outlook and the author's next research direction.

Keywords: Corporate innovation, regional culture.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh nền kinh tế số đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ dẫn tới sự thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh, đầu tư cho hoạt động ĐMST ngày càng có tầm quan trọng chiến lược đối với sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp. Văn hóa là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới hoạt động của doanh nghiệp (Evans, 2013; Tran & Nguyen, 2021) và trong bối cảnh hiện tại, hoạt động ĐMST cũng chịu ảnh hưởng từ văn hóa, đặc biệt là văn hóa vùng. Hiện nay, trên thế giới có xu hướng cạnh tranh giữa các doanh nghiệp dựa trên giá trị của sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp cho khách hàng (Hill, 2003), và ĐMST chính là nhân tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh toàn cầu. Tuy nhiên, các công trình chuyên sâu về các hoạt động ĐMST tại Việt Nam vẫn còn hạn chế và hầu hết đều là những nghiên cứu thực nghiệm đối với các doanh nghiệp nước ngoài (Nhà & Quân, 2013). Hơn nữa, những phân tích về các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình ĐMST trong doanh nghiệp trên thế giới cũng chỉ tập trung chủ yếu vào những yếu tố trong doanh nghiệp như kỹ năng đổi mới lãnh đạo của đội ngũ quản trị doanh nghiệp, cơ cấu tổ chức và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp (Crossan & Apaydin, 2010); những yếu tố cá nhân, nhóm và tổ chức (Anderson & cộng sự, 2004); hay những yếu tố khách quan như địa lý, lịch sử, kinh tế, công nghệ và luật pháp (Léger & Swamithan, 2007; Salter & Alexy, 2014). Mặt khác, văn hóa vùng tại các quốc gia, trong đó có Việt Nam, rất đa dạng và phong phú; môi trường kinh doanh ở mỗi vùng, địa phương có tính đặc thù, dẫn đến hoạt động ĐMST tại các khu vực địa lý này cũng cần được triển khai phù hợp với từng văn hóa vùng. Tuy nhiên, những nghiên cứu về ảnh hưởng của văn hóa vùng tới hoạt động ĐMST của doanh nghiệp trên thế giới vẫn còn khá khiêm tốn. Thực tế tại Việt Nam, quá trình ứng dụng những thành tựu ĐMST hay công nghệ vào hoạt động của doanh nghiệp vẫn còn hạn chế và chưa được thực hiện một cách chủ động (Nhà & Quân, 2013). Ngoài ra, văn hóa vùng tại Việt Nam cũng có những đặc trưng riêng của một quốc gia đang phát triển tại Đông Nam Á, do đó việc hiểu sâu hơn về ảnh hưởng của văn hóa vùng tới hoạt động ĐMST của các doanh nghiệp Việt Nam thể hiện vai trò quan trọng trong định hướng và đề xuất các chính sách phát triển hoạt động của doanh nghiệp trong dài hạn. Chính từ bối cảnh trên, nhóm tác giả quyết định lựa chọn đề tài: ***“Ảnh hưởng của văn hóa vùng tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam”*** là chủ đề nghiên cứu.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu về ảnh hưởng của văn hóa vùng tới năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp

Những công trình nghiên cứu về văn hóa vùng đã phản ánh tầm quan trọng của yếu tố này đối với hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Ví dụ trong ngành du lịch, đặc điểm văn hóa vùng

ảnh hưởng trực tiếp tới trải nghiệm của khách du lịch đa văn hóa, nhận thức và chấp nhận sản phẩm và dịch vụ của các văn hóa vùng khác nhau (Cheng & cộng sự, 2014). Nhóm tác giả này khẳng định việc áp dụng công nghệ thông tin để truyền tải thông tin sản phẩm và dịch vụ, cũng như việc ứng dụng những ý tưởng, công nghệ mới, khách du lịch đa văn hóa sẽ có những trải nghiệm du lịch tốt hơn, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của các công ty du lịch. Trong một phân tích khác, liên quan đến tầm quan trọng của văn hóa vùng đối với khởi nghiệp của các doanh nghiệp, Spigel (2013) đã chỉ ra văn hóa vùng tạo nên những bối cảnh đặc biệt giúp thúc đẩy những ý tưởng, cách tiếp cận và chiến thuật khởi nghiệp độc đáo.

Tiêu biểu trong số những công trình về ảnh hưởng của văn hóa vùng đến hoạt động của doanh nghiệp là nghiên cứu của Trippel & Toedtling (2008). Nhóm tác giả này đã nghiên cứu về 5 lĩnh vực của văn hóa và kết luận cả 5 yếu tố này đều có ảnh hưởng trực tiếp hay gián tiếp tới quá trình ĐMST nền kinh tế vùng thông qua quá trình xây dựng lòng tin, giảm tính bất ổn; đồng thời thúc đẩy các nhân tố sáng tạo, các giải pháp chung bằng việc định hướng hành vi và thói quen. Các học giả cũng tập trung nhiều nghiên cứu ảnh hưởng văn hóa vùng đến ĐMST của các doanh nghiệp tại các quốc gia phát triển như Đức, Singapore, Hàn Quốc... Cụ thể, tại Đức, một mạng lưới các trung tâm kỹ thuật số đã được tạo nên, đem lại lợi ích không nhỏ cho ĐMST của các doanh nghiệp địa phương (Tú, 2020). Dưới đây nhóm tác giả tổng hợp một số hướng nghiên cứu chính về ảnh hưởng của văn hóa vùng tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp đã có trên thế giới.

Bảng 1. Các nghiên cứu về tác động của văn hóa vùng tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp

Tác giả	Chủ đề	Cách tiếp cận	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả	Phân tích nghiên cứu	
					Ưu điểm	Nhược điểm
Wei, Kang & Wang (2019)	Tác động vi mô của văn hóa vùng	Lý thuyết về GLOBE cultural index và văn hóa chủ nghĩa tập thể	- Phân tích từ nhiều nguồn dữ liệu thứ cấp - Phân tích dữ liệu từ bảng hỏi	Nhấn mạnh tầm quan trọng của văn hóa vùng và giao tiếp giao văn hoá cũng như vai trò của văn hoá tập thể tới ĐMST của doanh nghiệp	Dữ liệu thứ cấp qua xử lý giúp tiết kiệm thời gian nghiên cứu	- Khó đánh giá chính xác độ tin cậy của nguồn dữ liệu thứ cấp - Khó phân loại dữ liệu - Mới tập trung vào một khía cạnh của văn hóa vùng (tác động vi mô)
Trippl & Toedtling (2008)	So sánh các nền văn hoá đổi mới trong các trường phái tư tưởng khác nhau		- Phân tích khung lý thuyết các cách tiếp cận - Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính	Các giá trị và thái độ chung, một ngôn ngữ chung, các khung nhận thức chung, các mẫu hành vi và quy tắc ứng xử có tác động đến ĐMST của doanh nghiệp	- Các tiếp cận rõ ràng, chi tiết -Phân tích cách tiếp cận cụ thể	Mới chỉ tập trung dựa trên các khung lý thuyết. Chưa áp dụng và nghiên cứu trên quy mô thực tế
Kaasa & Vadi (2008)	Mối quan hệ giữa các sự khác biệt văn hoá theo thuyết Hofstede	Lý thuyết 6 chiều văn hóa Hofstede	Khảo sát European Social Survey (ESS) của các nước châu Âu	Khu vực nên có khoảng cách quyền lực, tránh sự không chắc chắn, chủ nghĩa tập thể liên quan đến gia đình và nam tính	- Sử dụng khung khảo sát được thiết kế riêng cho các nước châu Âu => tính phù hợp cao	Một số dữ liệu chỉ có thể thu thập tại một số khu vực nhất định

Tác giả	Chủ đề	Cách tiếp cận	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả	Phân tích nghiên cứu	
					Ưu điểm	Nhược điểm
	và năng lực ĐMST			thấp hơn mức trung bình.	-Phát triển lý thuyết 6 chiều văn hoá của Hofstede trong phạm vi châu Âu	
Efrat (2014)	Ảnh hưởng của văn hoá đến khả năng ĐMST	Lý thuyết của Shane, 1992	Mô hình SEM (sử dụng mô hình cấu trúc mạng)	Mặc dù một số thay đổi, hầu hết các khía cạnh văn hóa vẫn thể hiện tác động mạnh mẽ và lâu dài đối với xu hướng đổi mới ở cấp quốc gia.	Vận dụng lý thuyết có sẵn đã được chứng minh	Chưa được áp dụng phân tích cho nhiều quốc gia
Chen, Podolski & Veeraraghavan (2017)	Các chuẩn mực văn hóa dọc theo các khía cạnh của chủ nghĩa cá nhân - chủ nghĩa tập thể và chủ nghĩa tránh không chắc chắn ảnh hưởng đến sự đổi mới của doanh nghiệp	Lý thuyết 6 chiều văn hóa Hofstede	- Phân tích từ nhiều nguồn dữ liệu thứ cấp - Sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng	Các công ty ở các quốc gia có mức độ tránh không chắc chắn cao hơn tạo ra ngày càng ít bằng sáng chế quan trọng và kém hiệu quả hơn với chi phí R&D của doanh nghiệp	Vận dụng lý thuyết có sẵn đã được chứng minh	Mới phân tích trên dữ liệu của 41 quốc gia trên toàn thế giới

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

Tóm lại, các nghiên cứu liên quan đến ảnh hưởng của văn hóa vùng đến ĐMST doanh nghiệp trong thời gian qua vẫn chưa thực sự nhiều hoặc chưa có những đánh giá rộng rãi ở các vùng, quốc gia khác nhau thuộc các nền kinh tế đang phát triển. Phương pháp tiếp cận của các nghiên cứu khá đa dạng và đặc điểm văn hóa của từng địa phương, vùng, quốc gia khác nhau dẫn đến có nhiều nhận định liên quan đến ảnh hưởng này. Các công trình liên quan được xây dựng tại quốc gia có văn hóa vùng đa dạng và đa số đều sử dụng phương pháp nghiên cứu dữ liệu thứ cấp. Những nghiên cứu chỉ ra ảnh hưởng của văn hóa vùng tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp vẫn chưa thực sự đầy đủ và những khuyến nghị trong những nghiên cứu này đưa ra cũng chưa phù hợp để áp dụng với các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hiện nay. Vì vậy, thực tế cần thiết triển khai những nghiên cứu liên quan để phản ánh thực tiễn văn hóa vùng đặc thù, ảnh hưởng của nó đến ĐMST của doanh nghiệp và gợi ý một số chính sách phù hợp trong bối cảnh phát triển của các doanh nghiệp Việt Nam. Đây sẽ là đề tài thông qua mô hình nghiên cứu văn hóa vùng của Wei & cộng sự (2019), giúp chỉ ra những bằng chứng thực tiễn tại Việt Nam về những yếu tố về văn hóa vùng ảnh hưởng đến năng lực ĐMST của doanh nghiệp.

2.2. Định nghĩa các khái niệm liên quan

Văn hóa vùng

Khái niệm “Văn hóa vùng” (*Regional Culture*) được cấu thành từ hai thành tố “Vùng” và “Văn hoá”. Xét về mặt từ nguyên “Vùng” - Region, được hiểu là một khu vực địa lý, như vùng đất, vùng trời, vùng biển, không gắn với một cấp hành chính nhà nước. Trong khi đó, thuật ngữ “lãnh thổ” - Territoire, được hiểu là một vùng hay khu vực địa lý thuộc một cấp quản lý hành chính nhà nước và trong một vùng có thể có nhiều lãnh thổ. Theo định nghĩa của Bộ Văn hoá Cộng hòa Lithuania (2021), văn hóa vùng là toàn bộ môi trường và các hoạt động văn hóa được thực hiện trong đó được tạo ra và được các cư dân trong khu vực bồi đắp và phản ánh bản sắc và truyền thống dân tộc, ngôn ngữ, lịch sử và văn hóa của khu vực và tạo tiền đề cho sự phát triển các năng lực văn hóa và xã hội trong các khu vực đáp ứng nhu cầu của xã hội hiện đại. Còn Lê (2020) đã nhận định văn hoá vùng là một thực thể văn hoá bao gồm những nét đặc trưng, những sắc thái riêng mà các vùng khác không có hoặc có mà không thể hiện tính điển hình.

Đổi mới sáng tạo

Trên thế giới, định nghĩa về ĐMST có nhiều hướng tiếp cận. Schumpeter (1943) đưa ra khái niệm về đổi mới - sáng tạo, theo đó đổi mới - sáng tạo là việc các doanh nghiệp đưa ra sản phẩm, quy trình, phương pháp hoặc hệ thống mới. ĐMST bao gồm việc tạo ra các thị trường mới hoặc các hình thức tổ chức công nghiệp mới. Katz (2002) định nghĩa “ĐMST là việc tạo ra, phát triển và triển khai áp dụng thành công các ý tưởng mới và độc đáo bao gồm đưa ra các sản phẩm, quá trình và chiến lược phát triển mới cho công ty dẫn đến thành công trong kinh doanh và giành được vị trí dẫn đầu thị trường, tạo ra giá trị cho các chủ thể liên quan, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao mức sống”. Ngoài ra, OECD (2005) đã nhấn mạnh một định nghĩa về đổi mới - sáng tạo tại cấp độ doanh nghiệp như sau: “Đổi mới - sáng tạo là việc thực thi một sản phẩm (hàng hóa/dịch vụ) hay một quy trình mới hoặc được cải tiến đáng kể, một phương pháp marketing mới hay một biện pháp mới mang tính tổ chức trong thực tiễn hoạt động, trong tổ chức công việc hay trong quan hệ với bên ngoài”.

Còn tại Việt Nam, cũng có những cách tiếp cận riêng về ĐMST. Đó là việc tạo ra và 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 (Luật Khoa học và công nghệ, 2013). Một doanh nghiệp được định nghĩa là đổi mới công nghệ nếu nó giới thiệu ít nhất một sản phẩm hoặc quy trình mới, hoặc được cải tiến đáng kể; một doanh nghiệp đổi mới phi công nghệ được định nghĩa là đã đề xuất một trong những thay đổi về chiến lược marketing, thay đổi các kỹ thuật quản lý hoặc cơ cấu tổ chức (Mai & cộng sự, 2018).

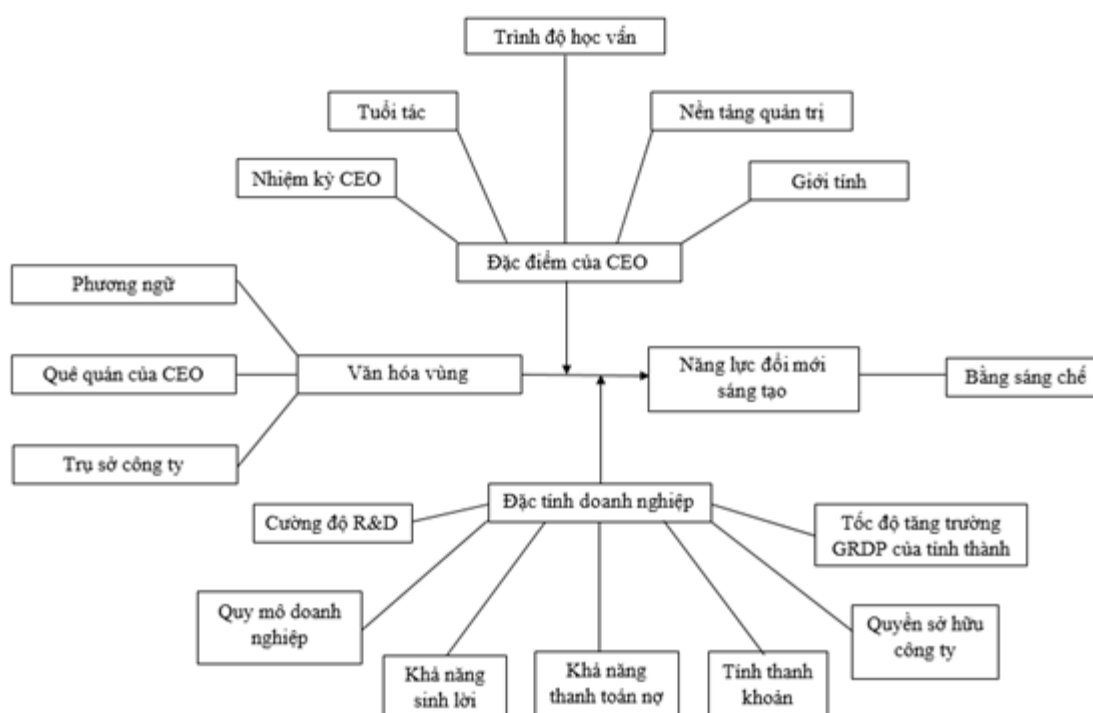
Mối liên hệ giữa văn hóa vùng và năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp

Văn hóa vùng có thể đóng một vai trò quan trọng trong các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp vì sự đổi mới của doanh nghiệp dựa vào nguồn nhân lực con người (Chen, Podolski & Veeraraghavan, 2017). Văn hóa vùng có tác động trực tiếp đến suy nghĩ, hành vi, quan điểm sống và phong cách sống của những người chịu ảnh hưởng bởi văn hóa vùng đó. Văn hóa khu vực ảnh hưởng đến sự đổi mới bằng cách ảnh hưởng đến sở thích của con người, sự mong đợi và động lực (Wei & cộng sự, 2019).

Thực tế, Chen, Podolski & Veeraraghavan (2017) đã nhận định văn hóa vùng có tác động hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Con người là nhân tố cốt lõi trong quá trình ĐMST của doanh nghiệp. Trong khi đó, văn hóa vùng tác động sâu sắc đến lối sống, nếp suy nghĩ, hành vi và cách ứng xử của dân cư trong vùng đó. Trong đó phân tích sâu 3 yếu tố Phương ngữ, Quê quán CEO, Trụ sở công ty như 3 yếu tố có tác động lớn nhất tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn nhằm thu thập và xử lý dữ liệu. Sau khi dữ liệu đã được làm sạch, nhóm nghiên cứu tiến hành các phương pháp thống kê và tiến hành hồi quy dữ liệu. Nhóm tác giả sử dụng tiêu chí có bằng sáng chế để tiếp cận việc thể hiện sự ĐMST của doanh nghiệp. Ba khía cạnh của văn hóa vùng được lựa chọn ở trong nghiên cứu này là các đặc điểm về vị trí địa lý và văn hóa, đó là: (i) Phương ngữ, (ii) Nơi sinh của CEO và (iii) Trụ sở công ty. Một số chỉ số về đặc tính của doanh nghiệp và đặc điểm của Giám đốc điều hành doanh nghiệp đó được sử dụng để thể hiện tác động gián tiếp lên mối quan hệ giữa Văn hóa vùng và Năng lực ĐMST (An & cộng sự, 2009; Czarnitzki & Toole, 2006; Lin & cộng sự, 2011). Về đặc tính của doanh nghiệp, nhóm lựa chọn một số yếu tố tác động bên trong như Cường độ R&D, Quy mô doanh nghiệp, Khả năng sinh lời, Khả năng thanh toán nợ và Tính thanh khoản của công ty; cùng với các yếu tố tác động từ bên ngoài như Quyền sở hữu công ty và Tốc độ tăng trưởng GDRP của tỉnh thành công ty đặt trụ sở (An, Zhou, & Pi, 2009). Những đặc điểm của CEO bao gồm thời gian tại nhiệm (nhiệm kỳ), tuổi tác, giới tính, trình độ học vấn và nền tảng quản trị cũng được nhóm nghiên cứu lựa chọn (Lin & cộng sự, 2011; Liu & Liu, 2007). Khung mô hình nghiên cứu nhằm đánh giá sự ảnh hưởng của văn hóa vùng lên yếu tố ĐMST của doanh nghiệp được minh họa ở Hình 1.



Hình 1. Khung mô hình nghiên cứu

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp

Dựa trên mô hình nghiên cứu được đề cập trên, nhóm nghiên cứu đã tiến hành thu thập dữ liệu thứ cấp từ 318 công ty được niêm yết trên Sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX). Từ đó áp dụng các phương pháp luận diễn giải, bằng phương pháp nghiên cứu định tính, cụ thể bao gồm phương pháp tiếp cận lý thuyết và phương pháp tiếp cận phương pháp nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

Dưới đây, nhóm nghiên cứu trình bày và phân tích kết quả nghiên cứu dựa trên mô hình và phương pháp nghiên cứu được đề xuất trước đó. Bảng 2 trình bày kết quả mô hình hồi quy tác động của các yếu tố văn hóa vùng tới năng lực ĐMST của các doanh nghiệp Việt Nam được niêm yết trên sàn HNX.

Bảng 2. Ảnh hưởng của văn hóa vùng đến năng lực đổi mới sáng tạo của các công ty sàn HNX (2017 - 2019)

Variable	Innov
ROE	0,024 (0,69)
Owner	-0,140 (-0,21)
RD	0,030 (0,96)

Variable	Innov
Size	2,347* (1,75)
Liq	-0,045 (-0,76)
Lev	0,009 (0,29)
GRDP	-0,289 (-1,53)
Language	
1	-0,047 (-0,01)
2	0,635 (0,50)
Constant	33,913** (-2,05)
Observation	924
Wald test	15,81*

Ghi chú:*, **, ***, thể hiện mức ý nghĩa thống kê ở 10%, 5% và 1%.

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp

Kết quả mô hình cho thấy biến độc lập Size thể hiện quy mô doanh nghiệp có tác động dương với biến phụ thuộc Innov thể hiện ở mức ý nghĩa thống kê 10%. Bảng 2 đã thể hiện kết quả cho ảnh hưởng của phương ngữ. Giá trị F là kết quả của kiểm định Wald cho biến giả thể hiện phương ngữ. Với $F = 15,81$ khác 0, phương ngữ có ý nghĩa thống kê tới hoạt động ĐMST ở mức độ ý nghĩa 10%. Kết quả này tương đồng với phân tích lý thuyết của Trippl & Toedtling (2008) và giống với nghiên cứu của Wei, Kang & Wang (2019) về văn hóa vùng và giao tiếp giao văn hoá tới ĐMST của doanh nghiệp.

Bảng 3. Mô hình cơ sở

Variable	Mô hình (1)	Mô hình (2)
	Innov	Innov
Culture	0,533 (1,41)	
Geogra		0,215 (0,31)
ROE	0,033 (0,71)	0,025 (0,56)
Owner	-0,251 (0,38)	-0,131 (-0,20)
RD	0,033 (0,60)	0,031 (0,60)
Size	2,413 (1,02)	2,379 (1,12)
Liq	-0,030 (-0,71)	-0,042 (-0,68)
Lev	0,006 (0,16)	0,008 (0,21)
GRDP	-0,281 (-1,52)	-0,287 (-1,53)

Ghi chú: *, **, *** thể hiện mức ý nghĩa thống kê ở 10%, 5% và 1%

Nguồn: Nhóm tác giả tự tổng hợp

Trong Bảng 3, mô hình (1) là kết quả phân tích mô hình hồi quy cho nơi sinh của CEO. Mô hình (2) là kết quả phân tích hồi quy cho trụ sở công ty. Kết quả của hai mô hình cho thấy biến Culture và Geogra có hệ số hồi quy dương, điều này chỉ ra rằng đối với các doanh nghiệp có trụ sở công ty cũng như nơi sinh của CEO là miền Bắc, miền Trung và miền Nam theo thứ tự sẽ có khả năng ĐMST tăng dần. Hơn nữa, CEO trong nước góp phần đóng góp vào khả năng ĐMST trong doanh nghiệp hơn so với CEO nước ngoài. Tuy nhiên, dựa vào kết quả phân tích

số liệu thu thập được từ các công ty trong sàn HNX giai đoạn 2017 - 2019, mức ý nghĩa của biến Culture và Geogra cao (trên 10%) nên không thể đưa ra kết luận về ảnh hưởng của nơi sinh của CEO và trụ sở công ty tới khả năng ĐMST. Bảng 3 không cho thấy được ảnh hưởng của nơi sinh của CEO và trụ sở công ty như trong nghiên cứu của Wei, Kang & Wang (2019) khi kết quả mô hình nghiên cứu không có ý nghĩa thống kê.

Kết quả hồi quy cho thấy hai yếu tố của văn hóa vùng là Cường độ nghiên cứu và phát triển RD và Quy mô doanh nghiệp Size có ảnh hưởng tích cực và đáng kể tới khả năng ĐMST của doanh nghiệp thuộc sàn HNX. Kết quả thỏa mãn giả thuyết tác động kỳ vọng của nhóm tác giả đề ra về biến kiểm soát RD và Size. Đồng thời, điều này củng cố cho các nghiên cứu trước đó về tác động của văn hóa vùng tới năng lực ĐMST của các doanh nghiệp, cụ thể cho thấy ảnh hưởng dương của Cường độ nghiên cứu và phát triển RD và Quy mô doanh nghiệp Size tới khả năng ĐMST giống với trong nghiên cứu của Wei, Kang & Wang (2019) với số liệu tại Trung Quốc nhưng với hệ số hồi quy nhóm nghiên cứu tìm được nhỏ hơn tức ảnh hưởng của cường độ nghiên cứu và phát triển RD và quy mô doanh nghiệp Size có ảnh hưởng hơn so với mẫu tại Trung Quốc. Kết quả này đồng thời chỉ ra sự đầu tư vào các quỹ R&D cùng với sự tăng trưởng về quy mô của doanh nghiệp sẽ đi kèm với khả năng ĐMST của doanh nghiệp đó. Tuy vậy, với mẫu nghiên cứu lấy số liệu từ sàn HNX giai đoạn 2017 - 2019 chưa làm nổi bật được các đặc điểm khác của văn hóa vùng lên năng lực ĐMST.

Các biến quan trọng thể hiện văn hóa vùng, cụ thể về trụ sở công ty Geogra và các đặc điểm của CEO như nơi sinh của CEO - Culture, Nhiệm kỳ của CEO - Tenure và Tenure 2... chưa đạt được kết quả kỳ vọng hay kết quả tương đồng với nghiên cứu của Wei, Kang & Wang (2019) trước đó tại Trung Quốc - quốc gia có văn hóa khá tương đồng với Việt Nam. Kết quả nghiên cứu chưa thể kết luận được ảnh hưởng của văn hóa vùng tới khả năng ĐMST của doanh nghiệp trên phương diện nghiên cứu định lượng dựa vào số liệu lấy từ báo cáo thường niên và báo cáo tài chính của các công ty thuộc sàn HNX. Những nội dung này cần có những nghiên cứu tiếp theo để khẳng định rõ hơn. Nguyên nhân của kết quả này có thể do giới hạn về số lượng quan sát của mẫu chưa đủ lớn hoặc do văn hóa vùng của các doanh nghiệp trên sàn HNX chưa thể hiện ảnh hưởng rõ nét trên phương diện ĐMST.

5. Gợi ý chính sách đối với doanh nghiệp Việt Nam

Dựa trên kết quả nghiên cứu được nêu trên, nhóm nghiên cứu đề xuất Chính phủ sử dụng mô hình hệ thống ĐMST quốc gia, trong đó Nhà nước đóng vai trò đơn vị điều phối, tăng cường các chính sách hỗ trợ, thúc đẩy sự hợp tác hai chủ thể còn lại, để thúc đẩy mức độ ảnh hưởng của văn hóa vùng tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam. *Thứ nhất*, Chính phủ cần tăng cường các hoạt động quản trị công cho hệ thống ĐMST. Hoạt động quản trị bao gồm thiết lập các mục tiêu ĐMST một cách thực tế và khả thi, chuyên nghiệp hoá - chuyên môn hoá các cơ quan chính phủ quản lý lĩnh vực ĐMST, xây dựng hệ thống đánh giá kịp thời. Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc đề ra định hướng ưu tiên phát triển kinh tế - xã hội trong dài hạn, đảm bảo cung cấp đầy đủ nguồn lực phát triển hệ thống ĐMST, đảm bảo cho các tổ chức nhà nước vận hành tốt và các bộ phận trong hệ thống ĐMST gắn kết với nhau và tạo ra một chỉnh thể thống nhất. Khi đã có định hướng cụ thể cho từng giai đoạn và nhiệm vụ trọng tâm cho từng đơn vị nhà nước, các cơ quan ban ngành cần phối hợp triển khai những nghị quyết, chính sách phù hợp nhằm hiện thực hóa các định hướng của Chính phủ. *Thứ hai*, Chính phủ cần tăng cường hệ thống ĐMST trong doanh nghiệp, trong đó đặt doanh nghiệp vào vị trí trung

tâm trong mối quan hệ đồng bộ giữa ba chủ thể chính, điều này đã được các nhà học giả trên thế giới cũng như tại Việt Nam khẳng định. Nhà nước có những hỗ trợ thiết thực về mặt tài chính giúp các doanh nghiệp có cơ hội mở rộng quy mô, đầu tư vào R&D để đẩy mạnh các hoạt động ĐMST nhằm tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp về năng suất, chất lượng và giá cả (OECD, 2014). Bộ KH & CN cần kết hợp chặt chẽ với các cơ quan ban ngành khác, đặc biệt là Bộ Tài chính để đưa ra những gói tài chính hỗ trợ doanh nghiệp trong hoạt động ĐMST, đưa vào vận hành các quỹ hỗ trợ ĐMST cho các doanh nghiệp, phân chia theo từng lĩnh vực doanh nghiệp, chú trọng tỷ trọng nhiều hơn vào các ngành nghề cần sự ĐMST thường xuyên như công nghệ, công nghiệp,... *Thứ ba*, Nhà nước cần nâng cao vai trò đóng góp của chủ thể thứ ba đó là các tổ chức nghiên cứu và giáo dục. Chính phủ cần đẩy nhanh quá trình thực hiện tự chủ đối với các cơ quan, tổ chức nghiên cứu nhà nước theo hướng tăng quyền tự chủ cho các cơ sở này. Các cơ sở đó phải bám sát các mục tiêu ưu tiên phát triển kinh tế - xã hội theo các tiêu chí về chức năng và tài trợ rõ ràng. Hiện nay, hệ thống giáo dục đại học đã từng bước triển khai quá trình tự chủ các trường đại học công lập như Đại học Kinh tế quốc dân, Đại học Ngoại thương, Đại học Quốc gia Hà Nội.... Cùng với đó, các trường đại học ngoài công lập cũng dần nổi lên như những cơ sở nghiên cứu đầy tiềm năng như Phenikaa, VinUni, Đại học Hoa Sen, Đại học Tôn Đức Thắng...

6. Kết luận

Kết nối những kết quả nghiên cứu liên quan đến mối quan hệ giữa văn hóa vùng và năng lực ĐMST, kết hợp với phân tích hồi quy nghiên cứu, nhóm tác giả nhận thấy rằng quy mô doanh nghiệp và quỹ đầu tư và phát triển cho thấy luôn có tác động tới năng lực ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam. Kết quả này khẳng định những nhận định đưa ra trong nhiều nghiên cứu tại các quốc gia đang phát triển đã được đề cập. Những nhóm yếu tố như phương ngữ trong văn hóa vùng và các yếu tố văn hóa vùng như quê quán của CEO, trụ sở công ty trong nghiên cứu này chưa cho thấy tác động mạnh mẽ đến năng lực ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam. Tại Việt Nam, các nghiên cứu về văn hóa doanh nghiệp, cụ thể văn hóa vùng và tác động của các yếu tố này lên ĐMST còn chưa nhiều, do đó công trình này đã góp phần mở rộng quy mô nghiên cứu, không chỉ giới hạn về ảnh hưởng tới hoạt động tổng thể của doanh nghiệp, mà nghiên cứu về tác động tới hoạt động ĐMST trong bối cảnh phát triển kinh tế số.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra những hạn chế của doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình ĐMST, đặc biệt là về các nghiên cứu về khoa học, về tài sản sở hữu trí tuệ. Qua đó, nghiên cứu có đưa ra số giải pháp đối với doanh nghiệp và đề xuất với Chính phủ nhằm tăng cường phát triển ĐMST cho các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là SMEs hướng tới phát triển bền vững.

Nhóm nghiên cứu cần tiếp tục triển khai những nghiên cứu trong thời gian tới để có cách tiếp cận tổng thể của ảnh hưởng văn hóa vùng đến ĐMST của các doanh nghiệp. Nhóm nghiên cứu đề xuất các hướng tiếp theo có thể triển khai xây dựng bảng hỏi, phỏng vấn sâu với các doanh nghiệp lớn, vừa và nhỏ tại Việt Nam. Các nghiên cứu sau có thể tập trung khai thác một số vấn đề còn chưa thực sự giải đáp được trong bài nghiên cứu này, ví dụ như có thể mở rộng ngoài việc nghiên cứu văn hóa vùng đến sự ảnh hưởng của năng lực ĐMST các nhà nghiên cứu cần tìm hiểu thêm cụ thể về tác động, ảnh hưởng của các yếu tố đó đến quản trị công ty, hoặc sự gắn bó của nhân viên tại các công ty có năng lực ĐMST, sự gắn bó của nhân viên dựa trên văn hóa vùng miền và văn hóa doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo

- An, T.L., Zhou, S.D. & Pi, J.C. (2009), “The incentive effect of R&D subsidies on independent innovation of Chinese enterprises”, *Econ. Res.* 10.
- Anderson, N., De Dreu, C.K.W. & Nijstad, B.A. (2004), “The routinization of innovation research: a constructively critical review of the state-of-the-science”, *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 25 No. 2, pp. 147 - 173.
- Bộ Văn hóa Cộng hòa Lithuania. (2021), “Ethnic Culture, Regional Culture, and Children and Youth Cultural Education”, <https://lrkm.lrv.lt/en/activities/ethnic-culture-regional-culture-and-children-and-youth-cultural-education>, truy cập ngày 15/04/2021.
- Chen, Y., Podolski, E.J. & Veeraraghavan, M. (2017), “National culture and corporate innovation” *Pacific-Basin Finance Journal*, Vol. 43, pp. 173 – 187.
- Cheng, J., Xi, L., Ye, J. & Xiao, W. (2014), “The Research of Regional Culture Characteristics of Tourism Commodities Based on Cross-Cultural Experience”, *International Conference on Cross-cultural Design*, pp. 24 - 34.
- Crossan, M.M. & Apaydin, M. (2010), “A multi-dimensional framework of organizational innovation: a systematic review of the literature, *Journal of Management Studies*, Vol. 47 No. 6, pp. 1154 - 1191.
- Czarnitzki, D. & Toole, A.A. (2006), “Patent protection, market uncertainty, and R&D investment”, *Review of Economics and Statistics*, No. 93, pp. 147 – 159.
- Efrat, K. (2014), “The direct and indirect impact of culture on innovation”, *Technovation*, Vol. 34 No. 1, pp. 12 – 20.
- Evans, J. (2013), “Culture & Business Performance: What’s the Relationship?”, Available at: <https://www.vistage.com/research-center/business-growth-strategy/culture-business-performance-whats-the-relationship/> (Accessed Jul 1, 2021).
- Hill, C.W.L. (2003), “The performance of incumbent firms in the face of radical technological innovation”, *Academy of management review*, Vol. 28 No. 2, pp. 257 - 274.
- Kaasa, A. & Vadi, M. (2008), *How does culture contribute to innovation? Evidence from European countries*, Tartu University Press.
- Katz. (2002), “Shifting Innovation to Users Via Toolkits”, *Management Science*, Vol. 48 No. 7, pp. 821 - 953.
- Lê, N.T. (2020), “Đại cương văn hoá Việt Nam, Không gian văn hoá Việt Nam, bài số 4”, http://eldata10.topica.edu.vn/IVC101/PDF_Slide/IVC101_Bai4_v1.0015105206.pdf., truy cập ngày 15/04/2021.
- Léger, A. & Swaminathan, S. (2007), “Innovation theories: relevance and implications for developing country innovation”, *DIW Discussion Papers*, No. 743, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin.

Lin, C., Lin, P., Song, F. & Li, C. (2011), “Managerial incentives, CEO characteristics, and corporate innovation in China's private sector”, *Journal of Comparative Economics*, Vol. 39 No. 2, pp. 176 – 190.

Liu, Y. & Liu, W. (2007), “Senior executive term and R&D expenditure of listed companies in China”, *Management World*, Vol. 1.

Luật Khoa học và công nghệ. (2013), “Luật Khoa học và Công nghệ, Bộ Khoa học và công nghệ”, <https://www.most.gov.vn/vn/Pages/ChiTietVanBan.aspx?vID=28338&TypeVB=1>. truy cập ngày 15/04/2021.

Mai, L.T.V., Nguyễn, Đ.T., Văn, Đ.H., Lê, T.V.H., Hoàng, T.D.H. & Lê, T.T.D. (2018), “Thực trạng các yếu tố quyết định đến đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp Việt Nam”, *Science & Technology Development Journal: Economics - Law And Management*, Vol. 2 No. 2.

Nhà, P.X. & Quân, L. (2013), “Đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN*, Tập 29 Số 4, tr. 1 - 11.

OECD. (2005), “Innovative innovation policy overview create”, <https://www.oecd.org/berlin/44120491.pdf>., truy cập 26/04/2021.

OECD. (2014), “Báo cáo tổng quan về Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo ở Việt Nam”, Hội thảo giới thiệu tổng quan về Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo ở Việt Nam.

Salter, A. & Alexy, O. (2014), “The nature of innovation”, *The Oxford Handbook of Innovation Management*, Oxford University Press, pp. 26 - 52.

Schumpeter, J.A. (1943), *Capitalism, Socialism, and Democracy*, London, George Allen, and Unwin.

Spigel, B. (2013), “The Emergence of Regional Cultures and Practices: A Comparative Study of Canadian Software Entrepreneurship”, *Ph.D. thesis of Philosophy*, Department of Geography and Program in Planning University of Toronto.

Tran, T.N.Q. & Nguyen, X.D. (2021), “The effect of corporate culture on firm performance in Vietnam: a literature review”, *Proceedings International Conference on Digital Transformation of Small and Medium-sized Enterprises in Developing Countries*, pp. 94 - 103.

Trippl, M. & Toedtling, F. (2008), “Regional Innovation Culture”, *Paper to be presented at the 25th Celebration Conference 2008 on Entrepreneurship and innovation - organizations, institutions, systems, and regions*. Copenhagen, CBS, Denmark.

Tú, N.N. (2020), “Khởi nghiệp sáng tạo tại Đức”, *Trang Ngoại giao Kinh tế trực tuyến, Bộ Ngoại giao Việt Nam*, <https://ngkt.mofa.gov.vn/khoi-nghiep-sang-tao-tai-duc/>, truy cập ngày 15/04/2021.

Wei, Y., Kang, D. & Wang, Y. (2019), “Geography, culture, and corporate innovation”, *Pacific-Basin Finance Journal*, Vol. 56, pp. 310 – 329.