

ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TẠI MỘT SỐ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Nguyễn Thị Hảo¹, Nguyễn Hữu Việt¹

¹Trường Đại học Thành Đô

Email: nthao@thanhhdouni.edu.vn

TÓM TẮT

Nền kinh tế mở đang trên đà phát triển là cơ hội cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng nhanh về số lượng trên cả nước nói chung và địa bàn Thành phố Hà Nội nói riêng. Sự cạnh tranh khốc liệt của thương trường đòi hỏi các nhà lãnh đạo doanh nghiệp phải có những quyết sách đúng đắn nhằm mang lại lợi ích cho doanh nghiệp. Đổi mới sáng tạo là cơ hội nhưng cũng là thách thức mang tính chiến lược của mỗi doanh nghiệp. Trong bài viết này nhóm tác giả tập trung phân tích hoạt động đổi mới sáng tạo tại một số doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy quá trình đổi mới sáng tạo tại các doanh nghiệp này.

Từ khóa: Đổi mới sáng tạo; Doanh nghiệp; Doanh nghiệp vừa và nhỏ.

ABSTRACT

The expanding open economy is an opportunity for small and medium-sized enterprises to rapidly increase in number across the country in general and in Hanoi city in particular. The intense market competition demands that business leaders make informed decisions to benefit their enterprises. Innovation is both an opportunity and a strategic challenge for every enterprise. In this article, the group of authors focuses on analyzing innovative activities in several small and medium-sized enterprises in Hanoi city. Based on this, they offer several recommendations to promote the innovation process within these enterprises.

Keyword: Creative innovation; Enterprise; Small and medium enterprises.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam, cả nước có khoảng 800.000 doanh nghiệp, trong đó doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) chiếm trên 98%. Những năm qua, các DNNVV đã và đang khẳng định vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế của các địa phương, sự phát triển của các DNNVV đã tạo việc làm, cải thiện đời sống nhân dân, bảo đảm an sinh xã hội, đóng góp ngày càng lớn vào sự phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương nói riêng và cả nước nói chung [1]. Cùng với sự phát triển chung của cộng đồng doanh nghiệp (DN) cả nước, thời gian qua, DNNVV trên địa bàn Thành phố Hà Nội cũng không

ngừng lớn mạnh. Cụ thể, DNNVV chiếm 97% trên tổng số DN trên địa bàn, tạo ra khoảng 60% việc làm cho người lao động, đóng góp quan trọng vào phát triển kinh tế - xã hội của Thành phố [2]. Cũng theo đánh giá của Bộ KH&CN, Thủ đô Hà Nội là nơi có nhiều lợi thế và điều kiện then chốt để thực hiện đổi mới sáng tạo (ĐMST), dẫn dắt và đi tiên phong trong lĩnh vực ĐMST trong các DN. Đẩy mạnh hoạt động ĐMST tại các DN được thể hiện trong nhiều chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà Nước và Thành phố. Điển hình như chương trình công tác của Thành ủy Hà Nội khóa XVII Phát triển toàn diện Thủ Đô có Chương trình số 07-CTr/TU về

“Đẩy mạnh phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 2021-2025”. Theo đó, mục tiêu chung là: “Phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo thực sự trở thành động lực chủ yếu phát triển kinh tế - xã hội Thủ đô. Xây dựng Hà Nội trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo, nghiên cứu khoa học, chuyển giao và phát triển công nghệ hàng đầu của cả nước, tiến tới là trung tâm khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo của khu vực Đông Nam Á trong một số lĩnh vực” [3]. Quyết định số 36/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ Ban hành Kế hoạch tổng thể nâng cao năng suất dựa trên nền tảng khoa học, công nghệ và ĐMST giai đoạn 2021 - 2030 ngày 11/01/2021 đã đặt ra mục tiêu đến năm 2025: “Tối thiểu 300 doanh nghiệp nhỏ và vừa của các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương xây dựng và triển khai các dự án điểm về cải tiến năng suất, thúc đẩy các hoạt động nghiên cứu, ứng dụng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo nâng cao năng suất” [4].

Trong thực tiễn, đẩy mạnh hoạt động ĐMST tại các DNNVV không chỉ góp phần nâng cao chất lượng kinh doanh, tạo nguồn thu nhập chính cho các DN mà nó còn được coi là yếu tố “sống còn” của các DN. Trong bài viết này nhóm tác giả tập trung phân tích hoạt động đổi mới sáng tạo tại một số doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy quá trình đổi mới sáng tạo tại các doanh nghiệp này.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Hoạt động ĐMST tại DNNVV đang nhận được quan tâm của các cấp chính quyền cũng như của ban lãnh đạo

các DN. Theo tìm hiểu của nhóm tác giả thì đã có khá nhiều nghiên cứu về đổi mới công nghệ tại các DNNVV, nhưng nghiên cứu về hoạt động ĐMST nói chung thì còn tương đối hạn chế. Đa phần các bài viết về ĐMST hiện nay tập trung vào phân tích vai trò và tầm quan trọng của ĐMST đối với các DN. Tiêu biểu như một số bài viết sau: Nguyễn Hòa (2022), *3 yếu tố khiến đổi mới sáng tạo quan trọng với doanh nghiệp*, tác giả cho rằng 3 yếu tố cho thấy tầm quan trọng của ĐMST đối với một DN đó là: thích ứng với các thay đổi trong môi trường kinh doanh; thúc đẩy tăng trưởng; nâng cao năng lực cạnh tranh. Bài viết của tác giả Nguyễn Xuân Thành (2022), *Đổi mới sáng tạo - “Đòn bẩy” giúp doanh nghiệp bứt phá*, khẳng định ĐMST là một trong những công cụ đắc lực, tiềm năng nhất để thúc đẩy nâng cao năng suất, sử dụng “đòn bẩy” công nghệ mới tạo những cơ hội đổi mới cho DN phát triển bền vững. Tiếp nữa là bài viết của Đỗ Doãn (2023), *Giải pháp giúp doanh nghiệp mở rộng hoạt động đổi mới sáng tạo hiệu quả*, Tiến sĩ Seng Kiong Kok - Giảng viên Đại học RMIT khuyến nghị bốn giải pháp mở rộng hoạt động ĐMST: Tìm động lực đổi mới; Xác định nguồn lực đổi mới có giá trị; Chú trọng trau dồi và hỗ trợ các nhóm khác nhau trong đội ngũ nhân sự; Hiểu rõ hành lang quy định để đảm bảo ĐMST phù hợp với các mục tiêu của tổ chức.

Gần đây có tác giả Nguyễn Văn Dư (2022), *Đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Sóc Trăng*, sau khi phân tích thực trạng hoạt động ĐMST tại các DN ở Việt Nam và Sóc Trăng đã đưa ra một số ý kiến tham luận như: Địa phương cần tuyên truyền để các bên liên quan có nhận thức đúng về vai trò, lợi

ích, xu hướng cũng như khó khăn thách thức của ĐMST trong sản xuất, kinh doanh và phát triển kinh tế; Chính quyền địa phương và các ban ngành cần xây dựng thể chế, chính sách hỗ trợ cho hệ sinh thái ĐMST; Các DNNVV cần lựa chọn những công nghệ phù hợp, lựa chọn giải pháp mang tính thực tiễn cao, lựa chọn đội ngũ nhân sự cùng chí hướng, thấu hiểu hoạt động của DN; Cần đẩy mạnh liên kết với các trung tâm khoa học công nghệ của cả nước, các trường đại học, viện nghiên cứu và các địa phương trong khu vực.

Bên cạnh đó còn có công trình nghiên cứu liên quan đến đổi mới công nghệ tại các DN như bài báo của nhóm tác giả Nguyễn Thị Vân Anh, Nguyễn Khắc Hiếu (2020), *Các yếu tố ảnh hưởng đến đổi mới công nghệ tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam*, cho rằng để nâng cao khả năng đổi mới công nghệ của các DN các nhà hoạch định chính sách có thể áp dụng các giải pháp như Hỗ trợ của Chính phủ; hoạt động thanh tra, giám sát.

Từ tổng quan tình hình nghiên cứu cho thấy, các công trình nghiên cứu trên đã có những nhận định cũng như các giải

pháp cụ thể để đẩy mạnh hoạt động ĐMST, đổi mới công nghệ. Những bài viết và công trình nghiên cứu trên cũng là cơ sở quan trọng để nhóm tác giả tham khảo và kế thừa trong khi thực hiện nghiên cứu bài viết này.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong bài viết này, nhóm tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp tổng hợp, thu thập thông tin, thống kê, phân tích tài liệu thứ cấp liên quan đến ĐMST tại các DNNVV và các chính sách của Đảng, Nhà nước, Thành phố Hà Nội để hệ thống hóa các tài liệu. Đồng thời sử dụng các phương pháp quan sát, trao đổi kinh nghiệm, qua đó khái quát đưa ra các nhận định và khuyến nghị thiết thực để đẩy mạnh hoạt động ĐMST tại một số DNNVV trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. ĐMST của các DNNVV tại Việt Nam

Theo tập đoàn tư vấn Boston Consulting Group (BCG) có 4 tiêu chí để đánh giá xếp hạng các công ty ĐMST đó là: Ý tưởng; Giá trị tạo ra; Khả năng khuynh đảo ngành; Đánh giá từ công ty cùng ngành.

Hình 1: Tiêu chí đánh giá xếp hạng các công ty ĐMST

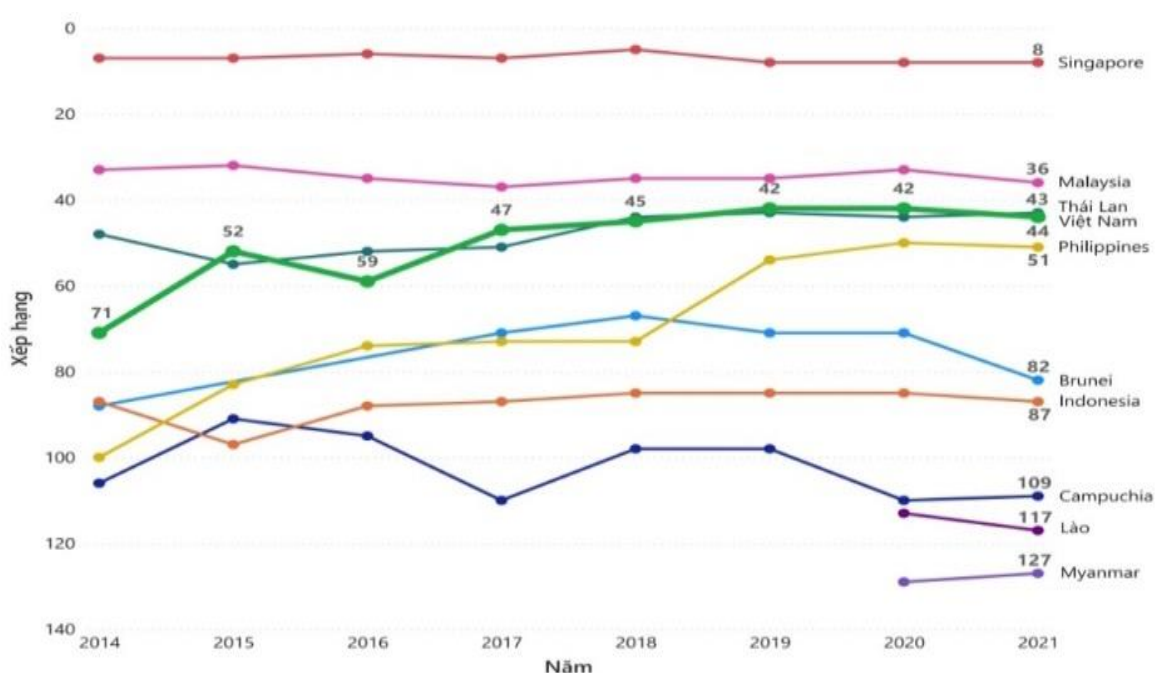


Nguồn: Tập đoàn tư vấn Boston Consulting Group (BCG)

Năm 2021, Ngân hàng Thế giới (World Bank Enterprise Survey) đã thống kê các DNNVV của Việt Nam tương đối sáng tạo về sản phẩm và quy trình, bao gồm cả việc áp dụng tự động hóa. Đồng thời, chi tiêu hạn chế cho R&D (nghiên cứu và phát triển) ở các DNNVV cho thấy rằng hầu hết các đổi mới đều là “đổi mới tiết kiệm” (frugal innovation), chẳng hạn như thực hiện các sửa đổi nhỏ đối với các sản phẩm hiện tại để dễ tiếp cận hơn với khách hàng có thu nhập thấp. Đối với Công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), việc sử dụng trang web công ty của các DNNVV Việt Nam tương ứng mức trung bình của ASEAN, trong khi việc áp dụng các chương trình phần mềm như Hoạch định nguồn lực doanh nghiệp

(Enterprise Resource Planning) hoặc Quản lý quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management), những phần mềm cần thiết nếu các công ty muốn xuất khẩu hoặc tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, vẫn còn hiếm [5].

Theo Báo cáo Chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu (Global Innovation Index - GII) năm 2021 của WIPO, Việt Nam xếp thứ hạng 44/132 nền kinh tế và đứng thứ 4 trong khối các nước ASEAN. Với những nỗ lực nhằm cải thiện chỉ số ĐMST, có thể thấy thứ hạng của Việt Nam hiện nay đã tăng nhiều so với giai đoạn 2014-2016 [6].



Hình 2. Xếp hạng chỉ số ĐMST toàn cầu của các nước thuộc khối ASEAN giai đoạn 2014-2021

Nguồn: Global Innovation Index 2014-2021

Nhìn vào biểu đồ ta thấy năm 2019 và năm 2020 Việt Nam đứng 42/131 nền kinh tế được nghiên cứu về chỉ số ĐMST. Năm 2021 Việt Nam đứng thứ 44/131, sau Thái Lan số 43 và cách rất xa so với Singapore thứ 8 và tăng 27 bậc so với năm 2014.

Năm 2022, Việt Nam xếp thứ 48/132 quốc gia và nền kinh tế, thuộc nhóm quốc gia đạt được những tiến bộ lớn nhất trong thập kỷ qua. Tuy vậy, năm 2022 Việt Nam đã giảm 4 bậc so với năm 2021. Theo khảo sát của Bộ Khoa học và Công nghệ, phần lớn DN của Việt Nam thực hiện ĐMST thông qua việc “đầu tư vào công nghệ mới được gắn liền với hàng hóa, máy móc, thiết bị” chiếm 39,4%; “nâng cấp, chỉnh sửa công nghệ, thiết bị hiện tại” chiếm 39,3% [7].

Như vậy, ĐMST ở các DN hiện nay chủ yếu tập trung vào các nội dung như đổi mới sản phẩm/dịch vụ, đổi mới quy trình sản xuất, đổi mới cơ cấu tổ chức - phát triển nguồn nhân lực, đổi mới cách thức tiếp cận thị trường, đổi mới truyền thông - marketing.

Hình 3. Cấu phần ĐMST trong các DN VIE50



Nguồn: Theo kết quả khảo sát Chương trình VIE50, 2023

4.2. ĐMST tại một số DNNVV trên địa bàn Thành phố Hà Nội

Năm 2022, Thành phố Hà Nội được xếp hạng 1 trên toàn quốc về đổi mới sáng tạo. Các DNNVV trên địa bàn Thành phố đã và đang thực hiện quy trình ĐMST. Giống như phần lớn các DNNVV trên cả nước, các DNNVV tại Thành phố

Hà Nội tập trung vào ĐMST sản phẩm/dịch vụ (Product Innovation), ĐMST quy trình sản xuất (Production process Innovation), ĐMST quản trị (Administration Innovation), ĐMST marketing (Marketing Innovation).

ĐMST sản phẩm/dịch vụ bao gồm các sáng kiến đổi mới chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa dịch vụ với mục đích tăng mức tiêu thụ sản phẩm, mở rộng thị trường. Đổi mới quy trình sản xuất bằng cách sử dụng các dây chuyền công nghệ sản xuất hiện đại, nhập khẩu từ các nước phát triển. Điển hình như công ty Cổ phần Lumi Việt Nam, là công ty thiết kế và cung cấp sản phẩm nhà thông minh. Tất cả các sản phẩm của Nhà thông minh Lumi đều tập trung vào sự tinh tế và tính tiện lợi. Năm 2022, Lumi công bố các sản phẩm mới được phát triển từ nền tảng đã có, đem đến sự lựa chọn đa dạng hơn cho người dùng như: Camera AI, Smart Lighting, WallPad, Smartlook thế hệ 2, Mỗi năm công ty dành từ 11-14% doanh thu để đầu tư cho nghiên cứu phát triển sản phẩm. Đây cũng là bài tập để các kỹ sư thực hiện các dự án mới nâng cao năng lực của mình, cải tiến sản phẩm đạt chất lượng tốt hơn [8]. Nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ khách hàng có thể kể đến các công ty du lịch chuyên cung cấp các tour du lịch trong và ngoài nước. Cuối năm 2022 đầu năm 2023, ngành du lịch đã phát triển trở lại sau dịch Covid-19. Các công ty du lịch đã mở thêm khá nhiều tour du lịch mới, cung cấp cho khách hàng nhiều lựa chọn vào nhiều thời điểm khác nhau. Các tour du lịch dành cho khách hàng bận rộn, có ít thời gian được tổ chức trong một ngày được đa dạng các địa điểm và dịch vụ. Các tour du lịch mới như tour xuyên Tết, tour du lịch thăm và hái trái cây tại vườn, mỗi tour đều được làm mới với các địa điểm và hoạt động đặc thù của mỗi vùng miền. Do vậy, theo số liệu Tổng cục Thống kê, tháng 5/2023, Việt Nam đón 916,3 nghìn lượt khách quốc tế, giảm 6,9% so với

tháng trước. Tính chung 5 tháng đầu năm, toàn ngành đón gần 4,6 triệu lượt khách quốc tế, cao hơn 12 lần so với cùng kỳ năm 2022, đạt 57,5% kế hoạch năm [9].

Đổi mới quy trình sản xuất là việc xem xét các quy trình làm việc hiện tại của DN để tìm cách cải thiện hiệu suất, hiệu quả hoặc độ chính xác của sản phẩm. Trong quá trình đổi mới quy trình, các nhà lãnh đạo DN cần phải đổi mới công nghệ, cải thiện phân tích quy trình và đo lường các chỉ số. Việc cải tiến này được thể hiện qua kết quả chất lượng sản phẩm, mức độ tiêu thụ và ưa thích trên thị trường. Các DN đã ứng dụng công nghệ cao vào quy trình sản xuất, tạo ra nhiều sản phẩm có chất lượng và số lượng vượt trội. Công ty TNHH Xuất nhập khẩu Kinoko Thanh Cao, Huyện Mỹ Đức đi đầu trong sản xuất nấm kim châm theo công nghệ cao của Nhật Bản. Đây là DN đầu tiên được cấp giấy chứng nhận DN nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao trên địa bàn Thành phố Hà Nội; Hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp Vĩnh Thượng, xã Sơn Công, huyện Ứng Hòa với mô hình trồng dưa lưới giống Nhật ứng dụng công nghệ cao; Công ty TNHH Dầu tầm tơ Mỹ Đức, là

DN có kinh nghiệm lâu năm trong ngành tơ tầm dâu ở Việt Nam. Công ty đã cải tiến nhiều quy trình kỹ thuật, tiết kiệm nhiều nguyên liệu để cho ra đời những sản phẩm độc đáo và chất lượng, cạnh tranh được với sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc. Đây là một trong những sản phẩm OCOP (One Commune One Product) đã và đang phát triển. Như vậy, không chỉ các DN kinh doanh về công nghệ, dịch vụ mà các DN nông nghiệp cũng đã bắt kịp xu hướng ĐMST, áp dụng công nghệ hiện đại để trở thành các DN chuyển đổi số.

Song song với việc đổi mới chất lượng sản phẩm, dịch vụ và quy trình sản xuất để đáp ứng được nhu cầu của thị trường, DN cũng tự biết cách tạo ra những lợi thế đặc biệt để “dọn đường” cho sản phẩm sắp ra mắt của mình. Đổi mới sản phẩm không nhất thiết phải tạo ra một sản phẩm hoàn toàn mới, DN cũng có thể cải tiến mẫu mã để sản phẩm mới hơn, bắt mắt hơn và gây ấn tượng hơn với người tiêu dùng. Đây là quy trình thực hiện tương đối đơn giản, tiết kiệm chi phí và có thể mang lại hiệu quả nhanh.

Bảng 1. Đổi mới mẫu mã sản phẩm tại một số DNNVV

Stt	Tên doanh nghiệp	Sản phẩm/bao bì sản phẩm	Năm thực hiện
1	Công ty Cổ phần Dịch vụ và Thiết bị y tế An Sinh	Thay đổi mẫu mã bao bì của sản phẩm nước sát khuẩn tay Asirub dung tích 100ml	2022
2	Công ty cổ phần tập đoàn đầu tư đại việt	Cải tiến mẫu mã, quy cách bao bì sản phẩm Tảo xoắn spirulina	2022
3	Công ty TNHH Revclean Việt Nam	Thay đổi mẫu mã bao bì của hai sản phẩm Zclean siêu tẩy dầu mỡ và Zclean siêu tẩy cặn canxi	2019
4	Công ty Cổ phần Dược Mỹ phẩm CVI	Thay đổi mẫu mã bao bì của sản phẩm Heposal, hỗ trợ điều trị các bệnh lý về gan	Không rõ
5	Công ty cổ phần Quốc Tế Thiên Anh	Thay đổi mẫu mã bao bì của sản phẩm sữa rửa mặt	2023

Nguồn: Tác giả tổng hợp qua Website của các DN

Thế giới đang bước vào “kỷ nguyên số” với đặc điểm, tính chất và sự tác động sâu rộng chưa từng có đến mọi ngõ ngách của đời sống xã hội, làm thay đổi cả lượng và chất của các lĩnh vực trong cuộc sống. Cách thức mua bán hàng hóa của người tiêu dùng cũng thay đổi từ trực tiếp sang nhiều hình thức khác nhau như mua trực tiếp, mua online thông qua các trang mạng xã hội hay thông qua dịch vụ hỗ trợ mua hàng. Đổi mới hình thức marketing sản phẩm cũng là một trong những biện pháp thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm. Hầu hết các DN thực hiện chiến lược marketing phân phối đa kênh bao gồm: Kênh truyền thống như cửa hàng tạp hoá, gian hàng trong chợ, quầy bán hàng lưu động; Kênh hiện đại như ở các siêu thị, cửa hàng tiện lợi, trung tâm thương mại, sân bay, khu vui chơi giải trí; Kênh online như phân phối trên các sàn thương mại điện tử (Shopee, Lazada, Tiki, Sen Đỏ,..) hay trang mạng xã hội (Facebook, zalo, youtube, tiktok....). Với sự phát triển của internet, có thể nói kênh bán hàng online đang là kênh tiêu thụ chính của nhiều DN. Đặc biệt, có những DN chỉ chọn tiêu thụ sản phẩm trên kênh online.

ĐMST của các DNNVV trên địa bàn Thành phố Hà Nội trong những năm vừa qua đã cho thấy kết quả khả quan nhờ sự quyết liệt chỉ đạo của Chính phủ, Thành phố, sự quyết tâm, đầu tư từ các DN. ĐMST đã dần được coi như một chiến lược phát triển tại mỗi DN.

5. KHUYẾN NGHỊ

5.1. Đối với Nhà nước, các cấp chính quyền

Trong thời gian qua, các chính sách về DNNVV và khởi nghiệp, ĐMST đã nhận được sự quan tâm từ các cấp chính quyền. Năm 2018, Quốc hội Việt Nam đã thông qua Luật Hỗ trợ

DNNVV, trong đó đề ra các biện pháp hỗ trợ cụ thể cho các DNNVV và thể hiện cam kết của Chính phủ trong việc thúc đẩy khởi nghiệp DNNVV trong nước. Luật Hỗ trợ DNNVV qui định nhiều lĩnh vực chính sách khác nhau - từ thuế đến tiếp cận tài chính, từ ĐMST đến phát triển chuỗi giá trị. Các chính sách khuyến khích phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST đang được thực hiện, điển hình là “Đề án 844”- hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST quốc gia của Bộ KH-CN, ưu tiên các hoạt động liên kết, đào tạo và ưu tiên hỗ trợ các vườn ươm DN thông qua các hoạt động nâng cao năng lực. Ngày 10/4/2023, Bộ Khoa học và Công nghệ vừa ban hành Quyết định số 665/QĐ-BKH-CN về việc điều tra ĐMST trong DN năm 2023 nhằm mục đích thu thập thông tin thống kê ngành khoa học và công nghệ phục vụ sự chỉ đạo điều hành của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ; đánh giá, xây dựng chiến lược, chính sách, kế hoạch khoa học, công nghệ và ĐMST; so sánh quốc tế các chỉ tiêu thống kê về ĐMST và cập nhật cơ sở dữ liệu về ĐMST của Việt Nam.

Đây là những nỗ lực và sự quan tâm rất lớn của Chính phủ về ĐMST trong các DN. Tuy nhiên, Chính sách thúc đẩy phát triển ĐMST bền vững Việt Nam hiện đang thiếu một cơ chế cụ thể và quy định đủ mạnh để thúc đẩy môi trường ĐMST bền vững. Vì vậy, Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý và bổ sung các chính sách hỗ trợ để hệ sinh thái phát huy hết tiềm năng.

5.2. Đối với các DNNVV

Liên kết giữa DN và các trường đại học.

Hệ thống ĐMST quốc gia của Việt Nam mới phát triển ở giai đoạn đầu, mối liên kết đổi mới và hợp tác giữa các bên liên quan còn yếu, đặc biệt hợp tác nghiên

cứu giữa các trường đại học và DN. Số lượng ký kết hợp tác của các DN có xu hướng tăng về mặt số lượng nhưng các đối tác là trường đại học định hướng ứng dụng vẫn chiếm tỉ trọng thấp. Vai trò hỗ trợ nghiên cứu của các trường đại học tương đối còn mờ nhạt. Điểm mạnh của các trường đại học là nguồn nhân lực, thời gian. Cán bộ nghiên cứu, giảng viên và sinh viên có điều kiện để nghiên cứu, cho ra đời các ý tưởng. Nhưng điểm yếu đó là đưa ý tưởng, sản phẩm nghiên cứu ra thị trường và tiêu thụ sản phẩm. Điều này lại là mặt mạnh của các DN. Vậy nên hợp tác nghiên cứu để nâng cao chất lượng sản phẩm giữa nhà trường và DN cần được triển khai mạnh mẽ.

Đổi mới cơ cấu tổ chức của DN.

Đổi mới cơ cấu tổ chức DN nhằm đảm bảo cho mỗi bộ phận và cả hệ thống đạt được hiệu suất tổng thể cao hơn, phối hợp với nhau tốt hơn. Có thể nói, phát triển đội ngũ lãnh đạo quản lý tại các DN là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu đảm bảo cho DN duy trì ổn định, phát triển bền vững trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Vì vậy, để nâng cao chất lượng đội ngũ lãnh đạo quản lý tại DN, trước hết cần làm rõ thực trạng đội ngũ quản lý có những ưu điểm, hạn chế, bất cập gì và từ đó tìm ra nguyên nhân của hạn chế, bất cập. Đây là căn cứ thực tiễn để đề xuất phương hướng và giải pháp phù hợp. Tuy nhiên, đổi mới cơ cấu tổ chức DN không chỉ đổi mới đội ngũ lãnh đạo, quản lý mà còn là việc bố trí, sắp xếp lại các bộ phận trong DN như các mối liên hệ truyền thông, dòng công việc hoặc hệ thống quản lý. Cơ cấu quản lý DN cần linh hoạt, các bộ phận phối hợp nhịp nhàng, cắt giảm các bộ phận không cần thiết hoặc sáp nhập, nhằm tối

ưu hóa hoạt động của từng đơn vị. Nhìn chung, để đổi mới cơ cấu tổ chức DN có hiệu quả cần có chiến lược thông minh của lãnh đạo các DN và sự đồng lòng của đội ngũ nhân viên.

Công nhận và khen thưởng những sáng kiến, đổi mới nâng cao hiệu suất của nhân viên.

Mỗi nhân viên luôn phải chịu trách nhiệm cho hiệu suất làm việc của chính mình. Họ cố gắng học hỏi, rèn luyện để hoàn thành tốt công việc được giao nên họ xứng đáng được hưởng những quyền lợi tương ứng. Ngoài mức lương, thưởng thỏa đáng dựa trên hiệu quả công việc, đội ngũ này nên có những quyền lợi khác để động viên, khích lệ họ tích cực hoàn thành tốt nhiệm vụ. Ngoài ra, cơ hội thăng tiến cho mỗi cá nhân luôn phải công bằng và dân chủ. Môi trường làm việc cũng là một loại chính sách đãi ngộ, luôn đảm bảo môi trường làm việc văn minh, lành mạnh, tích cực, đầy đủ các trang thiết bị làm việc. Đặc biệt là khen thưởng, công nhận, khuyến khích những cải tiến, đổi mới, sáng kiến mà họ đã đóng góp cho sự phát triển chung của DN.

6. KẾT LUẬN

ĐMST chính là quá trình biến các ý tưởng, sáng kiến thành giá trị được chấp nhận trên thực tiễn và đem lại giá trị về mặt kinh tế cho các DN. Sự cạnh tranh khốc liệt trên thương trường và sự khó khăn do điều kiện tự nhiên, dịch bệnh đã cho các DN nhận ra ĐMST chính là con đường để vượt qua khó khăn và hướng tới phát triển dài hạn, bền vững. Thực tế cho thấy, các DNNVV tại Thành phố Hà Nội đã và đang đầu tư cho hoạt động ĐMST dưới nhiều hình thức và phương pháp khác nhau. Mỗi DN lại có những giải pháp riêng để thực hiện ĐMST.

Trong bài viết này, nhóm tác giả đã đưa ra ba khuyến nghị để thúc đẩy hoạt động ĐMST tại một số DNNVV, có thể khẳng định, ba khuyến nghị này là cơ

bản, phù hợp và có tính khả thi cao. Tuy nhiên, để hiện thực hóa đổi mới các hoạt động này còn phụ thuộc vào đặc thù kinh doanh của mỗi DN./.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

[1]. Minh Sơn (2022), *30 ngành doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ được hỗ trợ chuyển đổi số*, Vietnamplus online, ngày 24/3/2022.

https://www.vietnamplus.vn/30-ngan-doanh-nghiep-vua-va-nho-se-duoc-ho-tro-chuyen-doi-so/779989.vnp?utm_source=link.gov.vn#source=link.gov.vn

[2]. Nguyễn Lam Sơn (2022), “Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố Hà Nội”, *Tạp chí Tài chính*, Kỳ 2, tháng 8/2022.

[3]. Thành ủy Hà Nội (2021), *Đẩy mạnh phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 2021-2025*, Chương trình số 07-CTr/TU.

[4]. Thủ tướng Chính phủ (2021), *Kế hoạch tổng thể nâng cao năng suất dựa trên nền tảng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo giai đoạn 2021 - 2030*, Quyết định số 36/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ Ban hành ngày 11/01/2021.

[5]. Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế - OECD (2021), *Báo cáo chính sách DNNVV và khởi nghiệp tại Việt Nam*, Nghiên cứu của OECD về DNNVV và Khởi nghiệp.
<https://www.oecd.org/cfe/smes/VN%20SMEE%20Policy%20highlights%20VN.pdf>

[6]. Duy Sang (2022), *Chỉ số đổi mới sáng tạo Việt Nam năm 2021 và hoạt động đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp tại TP.HCM năm 2020*, ngày 18/4/2022.

<http://thongke.cesti.gov.vn/phan-tich-thong-ke/ket-qua-thong-ke/989-chi-so-doi-moi-sang-tao-viet-nam-2021-va-hoat-dong-dmst-doanh-nghiep-tphcm-2020>

[7]. Quỹ đổi mới công nghệ Quốc gia (2021), *Đổi mới sáng tạo: Để chính sách ‘ngấm’ vào doanh nghiệp*, ngày 22/12/2021.

<https://natec.gov.vn/doanh-nghiep-khcn/doi-moi-sang-tao-de-chinh-sach-ngam-vao-doanh-nghiep/>

[8]. Bích Vân (2022), *Nhà thông minh Lumi Việt Nam- Sản phẩm sáng tạo từ trí tuệ Việt*, ngày 29/6/2022

<https://vietnam.vnanet.vn/vietnamese/long-form/nha-thong-minh-lumi-viet-nam-san-pham-sang-tao-tu-tri-tue-viet-300160.html>

[9]. Hoàng Thu Trang (2022), *Năm du lịch quốc gia 2022 đã đạt kết quả như kỳ vọng*, ngày 31/12/2022

<https://media.chinhphu.vn/nam-du-lich-quoc-gia-2022-da-dat-duoc-ket-qua-nhu-ky-vong-102221231090825536.htm>