ISSN 1859-3666

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. Đàm Vũ Đức Hiếu và Phan Hồng Mai - Ảnh hưởng của tăng trưởng số ca nhiễm COVID-19 hàng tháng tới tổng giá trị giao dịch tại các thị trường chứng khoán trên thế giới. ***Mã số: 155. 1GEMg.11*** 3

Effect of Growth of monthly Covid-19 cases monthly on total value of global equity trading worldwide

2. Nguyễn Kim Hạnh và Võ Văn Đậu - Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ trên ví điện tử MOMO: Trường hợp khách hàng tại Thành phố Cần Thơ. ***Mã số: 155. 1FiBa. 11*** 12

Analysis of Factors Affecting Intention to Use The Momo E-Wallet Service: The Case of Customers in Cantho City

3. Hồ Văn Bắc, Hà Quang Trung, Nguyễn Văn Tâm, Đỗ Xuân Luận và Phạm Thị Thanh Huyền - Nhân tố ảnh hưởng lựa chọn kênh phân phối của hộ sản xuất hàng hóa khu vực tây Bắc Việt Nam. ***Mã số: 155. 1TrEM.12*** 24

Determinants of smallholder farmer's marketing channel choice in northwest region of Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

4. Lê Hoàng Vinh, Cao Quốc Toàn và Ngô Phú Thanh - Tác động phi tuyến của ăng trưởng cho vay đến lợi nhuận của các ngân hàng thương mại cổ phần tại Việt Nam. ***Mã số: 155. 2FiBa.21*** 32

Non-Linear Impact of Loan Growth on Profitability of Joint Stock Commercial Banks in Vietnam

5. Lê Quỳnh Hoa, Phạm Phúc Nguyên và Nguyễn Thị Thủy - Ảnh hưởng của trải nghiệm dịch vụ tới đánh giá của khách hàng về tài sản thương hiệu của Ngân hàng thương mại: vai trò trung gian của nhân tố cảm xúc khách hang. ***Mã số: 155. 2FiBa.21*** 39

Impact of Customer's Experience on Evaluating Brand Equity in Banking Sector: Mediating Role of Customer's Emotions

6. Lê Trung Ngọc Phát và Bùi Tú Uyên - Tác động của quảng cáo truyền hình đến thái độ người tiêu dùng sữa tươi: Trường hợp nghiên cứu tại Thành phố Cần Thơ. ***Mã số: 155. 2MNkt.21*** 55

Impact of Television Advertisement on Fresh Milk Consumer Attitudes: A Case Study in Can Tho City

ISSN 1859-3666

7. Nguyễn Hồng Quân - Tác động của các giác quan đến quyết định mua hàng: nghiên cứu đối với sản phẩm F&B tại các điểm cung cấp dịch vụ. ***Mã số: 155. BMkt.21*** 63

The impact of various senses on buyer decision process: investigating F&B products in the places of supplying services

8. Nguyễn Hồng Thu và Phạm Trần Phú - Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với sự duy trì và gắn bó làm việc của người lao động trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ: Trường hợp các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam. ***Mã số: 155. 2HRMg.21*** 75

Corporate social responsibility for employee retention and engagement in small and medium enterprises: A case study in Vietnam

9. Nguyễn Thị Bình và Bùi Thị Thu Vân - Phân tích các thuộc tính của hoạt động giao hàng chặng cuối của hàng hóa thương mại điện tử xuyên biên giới và sự lựa chọn của khách hàng cuối cùng, nghiên cứu trường hợp điển hình tại thành phố Hà Nội. ***Mã số: 155. 2IIEM.21*** 85

Analysis of Last-Mile Delivery Attributes of Cross-Border E-Commercial Goods and the Choice of Final Customers. Case Study in Hanoi City

10. Trần Thị Bạch Yến, Nguyễn Mai Như Cẩm và Trần Thị Ánh Phường - Tác động của việc áp dụng các hình thức đổi mới sáng tạo đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Cần Thơ, Việt Nam. ***Mã số: 155. 2BAdm.22*** 97

The impacts of innovative applications in small and medium - sized enterprises (SMEs) on firm performance in Can Tho City, Vietnam

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

11. Nguyễn Văn Long - Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến cân bằng công việc - cuộc sống: trường hợp với khối phục vụ tại các Trường Đại học Khu vực Miền Trung, Việt Nam. ***Mã số: 155. 3OMIs.31*** 108

Research on factors affecting work-life balance: A study from staff working in higher education institutions in Central, Viet Nam

TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC ÁP DỤNG CÁC HÌNH THỨC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI CẦN THƠ, VIỆT NAM

Trần Thị Bạch Yến
Trường Đại học Cần Thơ
Email: ttbyen@ctu.edu.vn
Nguyễn Mai Như Cẩm
Trường Đại học Cần Thơ
Email: cam.nguyenmai@giz.de
Trần Thị Ánh Phường
Trường Đại học Greenwich, Việt Nam
Email: phuongtta2@fe.edu.vn

Ngày nhận: *01/03/2021* ***Ngày nhận lại:*** *06/04/2021* ***Ngày duyệt đăng:*** *10/04/2021*

Nghiên cứu được thực hiện năm 2020 nhằm phân tích tác động của hoạt động đổi mới đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Cần Thơ, cụ thể với 4 hình thức đổi mới sáng tạo: đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình, đổi mới tiếp thị và đổi mới tổ chức. Dựa vào lý thuyết nguồn lực của (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991), nghiên cứu này đưa ra giả thuyết rằng 4 hình thức đổi mới có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các DNNVV tại TPCT. Để kiểm định các giả thuyết, dữ liệu khảo sát được thu thập tại 131 DNNVV tại TPCT dựa trên phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Kết quả nghiên cứu cho thấy các doanh nghiệp ở TPCT nhận thức khá rõ vai trò và lợi ích của đổi mới sáng tạo, đa phần các loại hình đổi mới đều có tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh, riêng đổi mới tiếp thị là không làm cho hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cải thiện. Tuy nhiên, kết quả đạt được là phù hợp với thực tế do đổi mới sáng tạo vẫn còn là một khái niệm mới đối với các DNNVV ở TPCT. Đồng thời, nghiên cứu cũng đưa ra một số hàm ý quản trị liên quan đến đổi mới sáng tạo nhằm giúp các DNNVV ở TPCT có quyết định đúng đắn hơn trong việc quản trị tác động của đổi mới đối với việc cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Từ khóa*: đổi mới sáng tạo, hiệu quả hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp nhỏ và vừa*

JEL Classifications: *L25, P42*

1. Đặt vấn đề

Cần Thơ là một thành phố hiện đại và phát triển nhất được xác định là trung tâm của vùng Đồng bằng sông Cửu Long với hệ thống kết cấu hạ tầng đã và đang được xây mới mang tính chất liên kết vùng, quốc gia, tạo điều kiện cho các hoạt động đầu tư phát triển kinh tế - xã hội diễn ra thuận lợi hơn. Theo báo cáo của UBND Thành phố Cần Thơ, tốc độ tăng trưởng kinh tế của thành phố tăng liên tục qua các năm, trong đó không thể không kể đến sự đóng góp vượt bậc của các DNNVV. Tính đến 31/12/2018 thành phố có 9.460 doanh nghiệp, trong đó DNNVV chiếm đến 97%. Nói đến DNNVV là nói đến khả năng tạo việc làm và thu nhập cho người lao động, rèn luyện kỹ năng quản lý, thúc đẩy tinh thần kinh doanh và sáng tạo. Bên cạnh đó, DNNVV còn giúp xây dựng một hệ thống sản xuất công nghiệp linh hoạt, với mối liên kết chặt chẽ, khai thác và huy động mọi tiềm năng của các địa phương, tạo ra một thị trường cạnh tranh lành mạnh và có những tác

động lan tỏa tích cực đối với nền kinh tế (Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam, 2011). Do đó, việc đẩy mạnh công tác hỗ trợ phát triển DNNVV được xem là phương tiện có hiệu quả trong việc huy động vốn cũng như các nguồn lực khác cho hoạt động sản xuất kinh doanh, góp phần vào sự tăng trưởng kinh tế và ổn định xã hội.

Tuy nhiên, trong điều kiện nền kinh tế thị trường phát triển một cách nhanh chóng như hiện nay, các doanh nghiệp cần phải liên tục nghiên cứu, tìm tòi các biện pháp để tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh. Bởi việc cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh cũng giúp các doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường, trong đó hoạt động đổi mới có thể được coi là một nền tảng vững chắc. Đổi mới như là một bước ngoặt để các doanh nghiệp bước vào sân chơi kinh tế quốc tế. Nếu chỉ hoạt động theo lối mòn và không chịu làm mới mình, các doanh nghiệp có thể sẽ bị bỏ lại phía sau bởi các đối thủ cạnh tranh khác. Quả thật, nếu không có sự đổi mới, các công ty khó có thể phát triển thành công trong nền kinh tế cạnh tranh khốc liệt này. Theo Báo cáo về Chỉ số Đổi mới sáng tạo toàn cầu (WIPO) vào năm 2019, Việt Nam đứng thứ 42 trên thế giới về việc thực hiện các hoạt động đổi mới, tăng 10 hạng so với năm 2015 và chỉ đứng sau Singapore với Malaysia trong khối ASEAN. Đây có thể nói là một dấu hiệu đáng mừng cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Cho đến nay, đã có rất nhiều nghiên cứu về tầm quan trọng của hoạt động đổi mới, cũng như là hiệu quả hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, có rất ít nhà nghiên cứu nghiên cứu tác động của hoạt động đổi mới đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các DNNVV tại Việt Nam cụ thể là tại Thành phố Cần Thơ. Bên cạnh đó, còn có một số tác giả chỉ tập trung vào cách cải thiện hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp hoặc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp như tuổi của doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp, giới tính của người quản lý, trình độ học vấn của người quản lý, vốn điều lệ, tỷ lệ nợ trên vốn chủ sở hữu, các mối quan hệ xã hội (Phan Hồng Dẫn, 2012; Mai Văn Nam & Nguyễn Quốc Nghi, 2011; Lazar, 2016; Terziovski, 2010; Adnan & Sohail, 2018; Kamasak, 2015). Nhận thấy được điều này, nghiên cứu "*Tác động của việc áp dụng các hình thức đổi mới sáng tạo đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Cần Thơ, Việt Nam*" được thực hiện với mong muốn sẽ làm rõ vấn đề được nêu trên mà các nghiên cứu trước đây chưa thực hiện. Từ đó, sẽ đưa ra một số hàm ý quản trị để góp phần giúp các doanh nghiệp có cái nhìn đúng đắn hơn về các hình thức đổi mới cũng như sự tác động của hoạt động này đối với hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

2. Lược khảo các nghiên cứu trước

Trong những năm gần đây các hoạt động đổi mới sáng tạo và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhận được nhiều sự quan tâm bởi nhiều học giả trong và ngoài nước. Phùng Xuân Nhạ và Lê Quân (2013) đã chỉ ra tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo bởi đổi mới đóng góp trực tiếp vào quá trình nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam, Nguyễn Thị Cành và cộng sự (2019) cho rằng những đổi mới về quy trình và sản phẩm có lợi cho hoạt động của công ty về mặt thị phần, nhưng không mang lại lợi nhuận trên tổng tài sản.

Thêm vào đó, nghiên cứu của Atalay, Anafarta, & Sarvan (2013) đã chứng minh rằng đổi mới công nghệ (đổi mới sản phẩm và quy trình) có tác động tích cực và đáng kể đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, nhưng không tìm thấy bằng chứng về mối quan hệ tích cực giữa đổi mới phi công nghệ (đổi mới tổ chức và tiếp thị) đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Khảo sát của nghiên cứu này được thực hiện trên 113 công ty hoạt động trong ngành công nghiệp cung ứng ô tô tự động, một trong những ngành sáng tạo nhất ở Thổ Nhĩ Kỳ, tính đến năm 2011. Dữ liệu thu được từ bảng câu hỏi được phân tích thông qua SPSS. Nhưng nghiên cứu lại bị giới hạn chỉ trong một lĩnh vực nên khó thấy rõ cường độ áp dụng của đổi mới lên các công ty.

Coad và Rao (2008) triển khai nghiên cứu trong lĩnh vực Công nghệ cao, trình bày vai trò quan trọng của đổi mới đối với tăng trưởng của doanh nghiệp. Tuy nhiên, qua sử dụng phương pháp hồi quy lượng tử lại cho ra kết quả rằng tác động tích cực của đổi mới lên sự tăng trưởng của các doanh nghiệp chỉ tập trung trong số các doanh nghiệp tăng trưởng nhanh "superstar", các doanh nghiệp còn lại thì có thể cho ra kết quả nghịch chiều, có nghĩa là không có mối quan hệ giữa đổi mới và hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Đồng thời, trong quá trình kinh doanh, có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Cụ thể là quy mô doanh

nghiệp, số năm hoạt động doanh nghiệp, giới tính quản lý, chính sách (Nguyễn Minh Tân, Võ Thành Danh & Tăng Thị Ngân, 2015), nguồn vốn chủ sở hữu (Dương Kha, Lê Thị Phương Vy, Hoàng Thị Phương Anh, 2017), hoặc đòn bẩy tài chính, kinh doanh đa ngành (Đoàn Vinh Thăng, 2017), v.v. Tuy nhiên, chưa thực sự có nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của đổi mới đối với hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

3. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

3.1. Cở sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Theo lý thuyết nguồn lực (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991), một doanh nghiệp được xác định là nơi tập trung và kết hợp các nguồn lực hiệu quả hơn so với thị trường; doanh nghiệp sẽ thành công nếu được trang bị các tài nguyên phù hợp và biết cách kết nối các tài nguyên đó đúng cách. Từ hơn ba thế kỷ trước, Smith (1776) đã khẳng định mối liên hệ thuận chiều giữa đổi mới sáng tạo và tăng trưởng. Sau đó, các khái niệm về đổi mới, cũng như tác động của đổi mới đối với sự phát triển của doanh nghiệp cũng được Schumpeter (1934) phát triển và áp dụng rộng rãi cho đến nay.

Gần đây, nhiều tác giả đã nghiên cứu về đổi mới như một thành phần quan trọng trong quá trình phát triển của các doanh nghiệp. Thông qua các nghiên cứu thực nghiệm, Gunday và cộng sự (2011) cho rằng các loại hình đổi mới nhìn chung có ảnh hưởng thuận chiều đến hiệu hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất. Cũng theo Atalay, Anafarta & Sarvan (2013), đổi mới công nghệ (bao gồm đổi mới sản phẩm và quy trình) có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động kinh doanh. Ngoài ra, cũng có nhiều nghiên cứu từ nhiều học giả cho rằng đổi mới và hiệu quả hoạt động kinh doanh có mối liên hệ chặt chẽ với nhau (Rousseau & cộng sự, 2016; Audretch, Coad & Segarra, 2014; Artz & cộng sự, 2010; Lee, Lee & Garrett, 2017).

Theo phiên bản đầu tiên của Cẩm nang Oslo (OECD, 1992), sự đổi mới chủ yếu giới hạn trong các doanh nghiệp sản xuất và nó chỉ liên quan đến sản phẩm công nghệ và đổi mới quy trình. Tương tự, mặc dù được bổ sung thêm với các ngành dịch vụ, phiên bản thứ hai của Cẩm nang Oslo vẫn là về đổi mới sản phẩm công nghệ và quy trình. Tuy nhiên, chỉ như vậy thì không đủ vì đổi mới là một quá trình phức tạp (Therrien & cộng sự, 2011) và nó bao gồm nhiều khía cạnh hơn. Do đó, nghiên cứu này dựa trên phiên bản thứ ba của Cẩm nang Oslo (OECD & Eurostat, 2005) với bốn hình thức đổi mới sáng tạo bao gồm đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình, đổi mới tiếp thị và đổi mới tổ chức để phát triển các giả thuyết và hình thành mô hình nghiên cứu.

- ***Đổi mới sản phẩm***: Đổi mới sản phẩm là việc sáng tạo ra/giới thiệu sản phẩm mới cho khách hàng hoặc cải tiến các phiên bản của các sản phẩm hiện có để làm gia tăng số lượng khách hàng. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết 1: Đổi mới sản phẩm có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- ***Đổi mới quy trình***: Đổi mới quy trình là việc ứng dụng, giới thiệu và những thay đổi trong thiết bị, phương pháp hoặc công nghệ được sử dụng trong quá trình sản xuất một sản phẩm nhất định, nhằm giúp các doanh nghiệp trong việc giữ được sự cạnh tranh cũng như đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Theo đó, một giả thuyết nghiên cứu khác được đề xuất:

Giả thuyết 2: Đổi mới quy trình sản xuất có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- ***Đổi mới tiếp thị***: Đổi mới marketing là việc thực hiện các chiến lược marketing mới chưa từng được áp dụng hoặc sử dụng trước đây. Các chiến lược đó có thể liên quan đến định hướng khách hàng, định hướng thị trường và quảng bá sản phẩm. Do đó, giả thuyết nghiên cứu tiếp theo được đặt ra như sau:

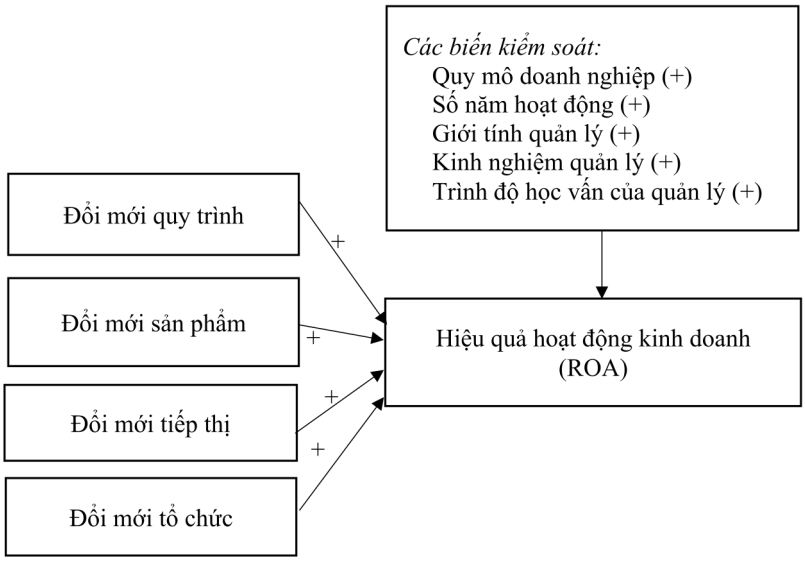
Giả thuyết 3: Đổi mới tiếp thị có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- ***Đổi mới tổ chức***: Đổi mới tổ chức là việc thực hiện giới thiệu một phương pháp tổ chức mới hoặc cải thiện cấu trúc tổ chức trong các hoạt động kinh doanh của công ty, tổ chức nơi làm việc hoặc các mối quan hệ bên ngoài. Từ đó, tác giả phát triển giả thuyết sau:

Giả thuyết 4: Đổi mới tổ chức có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngoài ra, sau khi xem xét tài liệu, có nhiều yếu tố khác ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp như số năm hoạt động, quy mô doanh nghiệp, giới tính của người quản lý, kinh nghiệm của người quản lý và trình độ học vấn của người quản lý (Muhammad Haris Qureshi và các

cộng sự, 2012; Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam, 2011; Lazar, 2016; Terziovski, 2010; Adnan & Sohail, 2018; Kamasak, 2015). Do đó, để nghiên cứu mang tính khách quan và đáng tin cậy hơn, tác giả đã bổ sung thêm các biến kiểm soát vào trong mô hình nghiên cứu và được thể hiện cụ thể ở hình 1 sau:



Hình 1: *Mô hình nghiên cứu đề xuất*

3.2. Phương pháp nghiên cứu

3.2.1 Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu thứ cấp sử dụng trong nghiên cứu này được thu thập từ các sở, ban, ngành của TPCT như UBND TPCT, Cục Thống kê TPCT, Cục Thuế TPCT, Niên giám thống kê TPCT, báo cáo thường niên, sách báo, tài liệu trên Internet và các bài nghiên cứu khoa học có liên quan được đăng tải trên các tạp chí chuyên ngành.

Nghiên cứu sử dụng nguồn số liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát 131 DNNVV thuộc lĩnh vực sản xuất trên địa bàn Thành phố Cần Thơ bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện. Đối tượng được phỏng vấn là chủ doanh nghiệp hoặc kế toán trưởng, quản lý của 131 DNNVV trên địa bàn TPCT và được phỏng vấn trực tiếp thông qua bảng câu hỏi được thiết kế sẵn.

Về địa bàn nghiên cứu, các doanh nghiệp được khảo sát tập trung chủ yếu ở 4 quận trung tâm thành phố Cần Thơ, nơi tập trung số lượng lớn các khu công nghiệp được phân bố như bảng 1:

Tác giả chọn khảo sát các DNNVV sản xuất là do hiệu quả hoạt động kinh doanh khi đo lường bằng ROA sẽ tập trung vào xem xét hiệu quả của việc đầu tư vào tài sản, máy móc, thiết bị; đồng thời sẽ dễ dàng nhận thấy sự tiếp nhận các hình thức đổi mới sáng tạo từ các công ty, doanh nghiệp sản xuất. Do đó, đối tượng của nghiên cứu này là các DNNVV thuộc lĩnh vực sản xuất sẽ hoàn toàn phù hợp với mục tiêu nghiên cứu.

3.2.2 Định nghĩa và đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

Thông tin từ bộ dữ liệu thu thập được cho phép đo lường các biến trong mô hình như sau:

Biến phụ thuộc (Y): Hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp được đo lường bằng lợi nhuận sau thuế chia cho tổng tài sản (Maja & Višić, 2012; Lazar, 2016)

Các biến độc lập

Đổi mới sản phẩm ($X_{PRODUCT}$): Biến có giá trị 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể các sản phẩm hoặc dịch vụ trong năm 2019, và ngược lại có giá trị 0 (Recia & cộng sự, 2018; Hall, Lotti & Mairesse, 2009; Gotsch & Hipp, 2012).

Bảng 1: *Số doanh nghiệp khảo sát tại thành phố Cần Thơ*

Quận/huyện	Số doanh nghiệp	Tỷ trọng (%)
Quận Bình Thủy	27	20.6
Quận Cái Răng	38	29.0
Quận Ninh Kiều	41	31.3
Quận Ô Môn	25	19.1
Tổng cộng	**131**	**100**

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, năm 2020

Đổi mới quy trình ($X_{PROCESS}$): Biến có giá trị 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể quy trình sản xuất trong năm 2019, và ngược lại có giá trị 0 (Recia & cộng sự, 2018; Hall, Lotti & Mairesse, 2009; Gotsch & Hipp, 2012).

Đổi mới tiếp thị (X_{MAR}): Biến có giá trị 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể các phương pháp marketing trong năm 2019, và ngược lại có giá trị 0 (Recia & cộng sự, 2018; Hall, Lotti & Mairesse, 2009; Gotsch & Hipp, 2012).

Đổi mới tổ chức (X_{ORG}): Biến có giá trị 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể cơ cấu hoặc thực tiễn quản lý trong năm 2019, và ngược lại có giá trị 0 (Recia & cộng sự, 2018; Hall, Lotti & Mairesse, 2009; Gotsch & Hipp, 2012).

Các biến kiểm soát

Quy mô doanh nghiệp (X_{LnSIZE}): Quy mô doanh nghiệp càng lớn, hiệu quả hoạt động kinh doanh càng cao (Pervan & Višić, 2012; Lee, 2009; Võ Thành Danh và các cộng sự ,2015; Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam, 2011; Trương Đông Lộc và Nguyễn Đức Trọng, 2010). Quy mô doanh nghiệp được đo lường bằng giá trị logarit tự nhiên của số lượng nhân viên đang làm việc tại doanh nghiệp (Pervan & Višić, 2012).

Số năm hoạt động của doanh nghiệp (X_{AGE}): Số năm hoạt động của doanh nghiệp càng lâu, chứng tỏ doanh nghiệp càng có khả năng ứng biến cao trước những thay đổi của môi trường. Số năm hoạt động doanh nghiệp được đo lường bằng số năm từ khi doanh nghiệp bắt đầu hoạt động đến năm hiện hành (Gurbuz & Aybars, 2010; Fama & French, 2004; Chun et al., 2008).

Giới tính người quản lý (X_{GEN}): Các công ty thường có xu hướng thu được tỷ lệ thu nhập cao hơn và các nhà đầu tư có thể sẵn sàng chi trả nhiều tiền hơn cho các công ty được quản lý bởi các nhà quản lý nam, do đó, công ty có quản lý là nam được kỳ vọng sẽ giúp cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh. Giới tính người quản lý có giá trị 1 nếu người quản lý là nam và ngược lại có giá trị bằng 0 (Muhammad Haris Qureshi và các cộng sự, 2012; Võ Thành Danh và các cộng sự, 2015).

Kinh nghiệm quản lý (X_{EXP}): Kinh nghiệm của người quản lý càng cao thì hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sẽ được cải thiện. Kinh nghiệm quản lý được đo lường bằng số năm kinh nghiệm của nhà quản lý từ khi nhậm chức đến năm 2019 (Võ Văn Dứt, 2015).

Trình độ học vấn của quản lý (X_{EDU}): Biến có giá trị 1 nếu người quản lý tốt nghiệp đại học trở lên; có giá trị 0 nếu người quản lý tốt nghiệp cao đẳng trở xuống (Darmadi, 2011).

3.2.3 Phương pháp ước lượng

Trong nghiên cứu này, mô hình hồi quy tuyến tính sử dụng bình phương nhỏ nhất thông thường (OLS) để ước lượng tác động của hoạt động đổi đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Phương trình ước lượng được thể hiện như sau:

$$Y_{ROA} = \beta_0 + \beta_{PRODUCT}X_{PRODUCT} + \beta_{PROCESS}X_{PROCESS} + \beta_{MAR}X_{MAR} + \beta_{ORG}X_{ORG} + \beta_{LnSIZE}X_{LnSIZE} + \beta_{AGE}X_{AGE} + \beta_{GEN}X_{GEN} + \beta_{EXP}X_{EXP} + \beta_{EDU}X_{EDU} + \varepsilon$$

Trong đó:

Y_{ROA}: là biến phụ thuộc (Hiệu quả hoạt động kinh doanh);

β_0: là hệ số tự do, cho biết giá trị trung bình của biến Y khi các biến độc lập X nhận giá trị 0

$\beta_{PRODUCT}$, $\beta_{PROCESS}$, β_{MAR}, β_{ORG}: là hệ số hồi quy của các biến độc lập;

$X_{PRODUCT}$, $X_{PROCESS}$, X_{MAR}, X_{ORG}: là giá trị quan sát được của các biến độc lập;

β_{LnSIZE}, β_{AGE}, β_{GEN}, β_{EXP}, β_{EDU}: là hệ số hồi quy của các biến kiểm soát;

X_{LnSIZE}, X_{AGE}, X_{GEN}, X_{EXP}, X_{EDU}: là giá trị quan sát được của các biến kiểm soát;

ε: là sai số của mô hình hồi quy.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô tả thống kê

Bảng 3 biểu diễn giá trị hệ số phóng đại phương sai (VIF), giá trị thấp nhất, cao nhất, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn các biến trong mô hình nghiên cứu. Kết quả kiểm định cho thấy rằng, tất cả các biến có giá trị VIF dưới giá trị ngưỡng 10,0. Vì vậy, khi xem xét tất cả các biến này đồng thời trong một mô hình nghiên cứu không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Điều này hàm ý rằng giá trị ước lượng

Bảng 2: *Cơ sở xây dựng thang đo trong mô hình*

Loại biến	Tên biến	Diễn giải	Kỳ vọng	Nguồn
Biến phụ thuộc	Hiệu quả hoạt động kinh doanh (Y_{ROA})	Lợi nhuận sau thuế chia tổng tài sản	+	Maja & Višić (2012); Lazar (2016)
Biến độc lập	Đổi mới sản phẩm ($X_{PRODUCT}$)	Có trị số bằng 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể các sản phẩm hoặc dịch vụ trong năm 2019, và ngược lại có trị số bằng 0	+	Recia & cộng sự (2018); Hall, Lotti & Mairesse (2009); Gotsch & Hipp (2012)
	Đổi mới quy trình sản xuất ($X_{PROCESS}$)	Có trị số bằng 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể quy trình sản xuất trong năm 2019, và ngược lại có trị số bằng 0	+	Recia & cộng sự (2018); Hall, Lotti & Mairesse (2009); Gotsch & Hipp (2012)
	Đổi mới tiếp thị (X_{MAR})	Có trị số bằng 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể các phương pháp marketing trong năm 2019, và ngược lại có trị số bằng 0	+	Recia & cộng sự (2018); Hall, Lotti & Mairesse (2009); Gotsch & Hipp (2012)
	Đổi mới tổ chức (X_{ORG})	Có trị số bằng 1 nếu doanh nghiệp có tiến hành đổi mới hoặc cải thiện đáng kể cơ cấu hoặc thực tiễn quản lý trong năm 2019, và ngược lại có trị số bằng 0	+	
Biến kiểm soát	Quy mô doanh nghiệp (X_{LnSIZE})	Giá trị logarit tự nhiên của số lượng nhân viên đang làm việc tại doanh nghiệp	+	Pervan & Višić (2012)
	Số năm hoạt động (X_{AGE})	Số năm từ khi thành lập đến năm hiện hành	+	Gurbuz & Aybars, 2010; Fama and French (2004); Chun et al. (2008)
	Giới tính quản lý (X_{GEN})	Có giá trị 1 nếu người quản lý là nam và ngược lại có giá trị bằng 0	+	Muhammad Haris Qureshi & các cộng sự (2012); Võ Thành Danh & các cộng sự (2015)
	Kinh nghiệm quản lý (X_{EXP})	Số năm kinh nghiệm của nhà quản lý từ khi nhậm chức đến năm 2019	+	Võ Văn Dứt (2015)
	Trình độ học vấn của quản lý (X_{EDU})	Có giá trị 1 nếu nếu người quản lý tốt nghiệp đại học trở lên; có giá trị 0 người quản lý tốt nghiệp cao đẳng trở xuống	+	Darmadi (2011)

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Bảng 3: *Kết quả thống kê mô tả về dữ liệu nghiên cứu*

Biến	VIF	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
Y_{ROA}		0,014	0,230	-1,161	0,298
$X_{PRODUCT}$	2,43	0,806	0,402	0	1
$X_{PROCESS}$	2,39	0,871	0,341	0	1
X_{MAR}	1,65	0,806	0,402	0	1
X_{ORG}	2,74	0,742	0,445	0	1
X_{LnSIZE}	2,17	4,679	2,156	1,099	9,903
X_{AGE}	3,21	16,258	9,525	3	43
X_{GEN}	1,49	0,806	0,402	0	1
X_{EXP}	2,33	12,258	7,425	3	33
X_{EDU}	2,05	0,871	0,341	0	1

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu, 2020

các biến số trong mô hình nghiên cứu không bị chệch khi ước lượng đồng thời các yếu tố trong cùng mô hình. Nghĩa là sự thay đổi của một biến độc lập trong mô hình sẽ không làm thay đổi sự tác động của một biến độc lập khác đến biến phụ thuộc.

4.2. Kết quả nghiên cứu

Kết quả ước lượng hồi quy tuyến tính về tác động của hoạt động đổi mới đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các DNNVV tại TPCT được trình bày tóm tắt trong bảng 4, gồm 2 mô hình cụ thể như sau:

Bảng 4: *Kết quả ước lượng hồi quy tuyến tính về tác động của hoạt động đổi mới đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các DNNVV tại TPCT*

	Mô hình 1		Mô hình 2	
	Hệ số β	p- value	Hệ số β	p- value
Hệ số tự do	-0,139^{ns}	0,353	-0,006^{ns}	0,971
Các biến độc lập				
$X_{PRODUCT}$			-0,379***	0,004
$X_{PROCESS}$	0,465***	0,002	0,468***	0,003
X_{MAR}			0,061^{ns}	0,535
X_{ORG}			0,267**	0,028
Các biến kiểm soát				
X_{LnSIZE}	0,017^{ns}	0,491	0,024^{ns}	0,254
X_{AGE}	-0,012*	0,084	-0,008^{ns}	0,169
X_{GEN}	-0,044^{ns}	0,665	-0,151^{ns}	0,117
X_{EXP}	0,011^{ns}	0,156	0,007^{ns}	0,275
X_{EDU}	-0,271*	0,060	-0,316**	0,022
R^2	0,386		0,635	
N	131		131	
Prob > F	0,0497		0,0039	

****, **, * lần lượt là các mức ý nghĩa tại 1%, 5% và 10%; ns: không có ý nghĩa thống kê*
Nguồn: Kết quả xử lý số liệu, 2020

Mô hình 1 cho biết tác động của biến độc lập đổi mới quy trình sản xuất và các yếu tố kiểm soát đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các DNNVV tại TPCT. Hệ số R2 trong Mô hình 1 là 0,386. Bên cạnh đó, giá trị p là 0,0497 tức là mô hình này có ý nghĩa thống kê tại 5%. Bảng 3 cho thấy rằng, đổi mới quy trình sản xuất có tác động cùng chiều đến ROA tại mức ý nghĩa thống kê 1% (βPROCESS = 0,465; p<0,01). Kết quả ngụ ý rằng, nếu doanh nghiệp có đổi mới quy trình sản xuất thì hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đó sẽ cao hơn doanh nghiệp không có đổi mới quy trình sản xuất.

Ngoài ra, số năm hoạt động và trình độ học vấn của người quản lý có tác động nghịch chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp tại mức ý nghĩa thống kê 10% (βAGE = - 0,012, p < 0,1; βEDU = - 0,271, p < 0,1), nghĩa là những doanh nghiệp mới hoạt động và có người quản lý tốt nghiệp từ cao đẳng trở xuống thì hiệu quả hoạt động kinh doanh sẽ cao hơn. Trong khi đó, các yếu tố kiểm soát khác bao gồm, quy mô doanh nghiệp, giới tính người quản lý và kinh nghiệm quản lý không tác động đến ROA của doanh nghiệp vì hệ số ước lượng của các yếu tố này không có ý nghĩa về mặt thống kê (p > 0,1).

Mô hình 2 chỉ ra tác động của tất cả các biến độc lập và biến kiểm soát đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các DNNVV tại TPCT. R2 trong Mô hình 2 là 0,635. Bên cạnh đó, giá trị p là 0,0039 tức là mô hình này có ý nghĩa thống kê tại 1%. Trong bài viết này, R2 của Mô hình 2 cao hơn so với Mô hình 1, giá trị này cho biết rằng, khi xem xét biến độc lập và các biến kiểm soát đồng thời thì Mô hình 2 sẽ tốt hơn so với mô Mô Hình 1.

Từ Mô hình 2 có thể thấy, đổi mới sản phẩm có tác động ngược chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp tại mức ý nghĩa thống kê 1% ($\beta_{PRODUCT}$ = -0,379; p < 0,01). Kết quả này đi ngược với kỳ vọng ban đầu của giả thuyết đặt ra. Nghĩa là những doanh nghiệp có tiến hành đổi mới sản phẩm thì ROA sẽ thấp hơn những doanh nghiệp không đổi mới.

Tuy nhiên, có nhiều lý do có thể giải thích cho kết quả này. Trước tiên, không công ty nào có thể thoát khỏi tác động của việc thay đổi nhanh chóng công nghệ và thị trường. Các sản phẩm hiện tại trở nên lỗi thời và được thay thế bằng các sản phẩm mới hoặc cải tiến. Đổi mới sản phẩm là một con đường dẫn đến sự tồn tại và thịnh vượng đối với nhiều doanh nghiệp. Nhưng con đường đổi mới cũng gặp nhiều khó khăn, rào cản và rủi ro cao thậm chí là thất bại như tỷ lệ lỗi sản phẩm cao, các sản phẩm đổi mới không thành công về mặt thương mại hoặc không bao giờ được sản xuất ra thị trường. Ngoài ra, một số lượng lớn các DNNVV không có bộ phận R&D để điều tra thông tin về yêu cầu của thị trường và khách hàng. Bên cạnh đó thì sản phẩm mới thường khó tiếp cận thị trường do tâm lý e ngại của người tiêu dùng nên đầu ra sản phẩm chưa thuận lợi dẫn đến hiệu quả không tốt như mong đợi. Ngoài ra, các doanh nghiệp thiếu những nhân viên có chuyên môn về lĩnh vực đổi mới. Đó là lý do tại sao không có người tiên phong lập kế hoạch và thực hiện các hoạt động đổi mới. Thật không may, ở một số DNNVV được phỏng vấn, nhiều nhân viên có trình độ cao đã được trả tiền để học các phương pháp đổi mới ở nước ngoài, ngay cả ở các nước phát triển như Hàn Quốc và Nhật Bản; tuy nhiên, hầu hết trong số họ sẽ trở lại Việt Nam trong 1 hoặc 2 năm tới. Vì vậy, chúng ta có thể kỳ vọng rằng, các DNNVV ở TPCT sẽ sớm nhận được những thành tựu to lớn về đổi mới sáng tạo.

Mô hình 2 cũng cho thấy tác động cùng chiều của đổi mới quy trình sản xuất đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp tại mức ý nghĩa thống kê 1% ($\beta_{PROCESS}$ = 0,468, p<0,01). Kết quả cũng thể hiện rằng những doanh nghiệp có tiến hành đổi mới quy trình sản xuất sẽ cải thiện được hiệu quả hoạt động kinh doanh. Tương tự như mô hình 1, kết quả này cũng đúng với kỳ vọng của giả thuyết 2 đặt ra, nên giả thuyết 2 của nghiên cứu được ủng hộ hoàn toàn về mặt lý thuyết và thực tiễn, ROA đồng thời cũng cho thấy hiệu quả của việc đầu tư vốn vào tài sản của doanh nghiệp. Mô hình cũng cho ra kết quả tương đồng với kết quả nghiên cứu của Atalay

& cộng sự (2013). Mối quan hệ cùng chiều này có thể được giải thích bởi tính chất của quá trình đổi mới đang diễn ra trong bộ phận DNNVV tại TPCT. Tóm lại, quy trình mới với công nghệ mới có thể giúp các công ty nâng cao năng suất, tạo ra nhiều sản phẩm chất lượng cao phục vụ nhu cầu của khách hàng, từ đó giúp cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đổi mới tổ chức cũng có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh tại mức ý nghĩa 5% (β_{ORG} = 0,267, p<0,05). So với các nghiên cứu thực nghiệm trước (Atalay, Anafarta & Sarvan, 2013), đổi mới tổ chức và hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp không có mối liên hệ với nhau, (Lee, Lee và Garrett, 2019) thì cho rằng đổi mới tổ chức điều tiết mối quan hệ giữa đổi mới quy trình và hiệu quả kinh doanh. Tuy nhiên, tại Việt Nam, khi xem xét mô hình 2 này, cho thấy nếu đổi mới tổ chức được thực hiện tốt, các doanh nghiệp có thể tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh bằng cách giảm chi phí hành chính và giao dịch, cải thiện sự hài lòng tại nơi làm việc và năng suất lao động,… Một tổ chức sáng tạo có thể được coi là một công cụ để thúc đẩy làm việc theo nhóm, giảm khoảng cách quyền lực giữa nhân viên và quản lý, khuyến khích tư duy sáng tạo để khám phá những vấn đề từ những khía cạnh.

Ngoài ra thì biến kiểm soát là trình độ học vấn có tác động nghịch chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh tại mức ý nghĩa thống kê là 5% (β_{EDU} = -0,271, p<0,05). Nghĩa là nếu người quản lý có trình độ học vấn tốt nghiệp từ đại học trở lên thì hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sẽ thấp hơn người quản lý có trình độ học vấn tốt nghiệp từ cao đẳng trở xuống. Kết quả cũng đi ngược hoàn toàn so với kỳ vọng ban đầu của nghiên cứu và cũng ngược so với kết quả nghiên cứu của các tác giả trước đây như Trương Đông Lộc và Nguyễn Đức Trọng (2010), Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011). Có thể giải thích là do bậc Cao đẳng trở xuống thường tập trung vào việc đào tạo kỹ năng nghề nghiệp trong một ngành hẹp, hơn nữa là thời gian tốt nghiệp của họ sớm hơn những người học đại học nên họ sẽ tiếp xúc với công việc sớm hơn, tích lũy nhiều kinh nghiệm hơn đồng thời khả năng ứng biến, giải quyết vấn đề khó khăn của doanh nghiệp sẽ nhạy bén hơn.

5. Kết luận và thảo luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, lần lượt đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình sản xuất, đổi mới tổ chức và các biến kiểm soát số năm hoạt động, trình độ học vấn của người quản lý đều có tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Trong đó đổi mới sản phẩm, số năm hoạt động và trình độ học vấn có tác động nghịch chiều đến hiệu quả hoạt động kinh doanh, các yếu tố còn lại có tác động cùng chiều đến ROA. Và không có mối liên hệ giữa đổi mới tiếp thị và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Thông qua tình hình thực tế khi khảo sát các DNNVV tại Cần Thơ, các hình thức đổi mới hiện nay chủ yếu liên quan đến các khâu kỹ thuật và máy móc thiết bị, cụ thể là đổi mới sản phẩm và đổi mới quy trình sản xuất. Vì vậy, việc sử dụng biến độc lập là ROA để xem xét hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp là hoàn toàn phù hợp. Ngoài ra, cần xem xét tiến độ này trong dài hạn do việc đầu tư máy móc thiết bị cần phải có thời gian mới giúp các doanh nghiệp nhận thấy được sự thay đổi trong hiệu quả.

Từ kết quả phân tích trên, để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua đổi mới, doanh nghiệp nên có kế hoạch chi tiết để tiến hành các hoạt động đổi mới. Các cơ sở đề xuất của các hàm ý quản trị sau đây bắt nguồn từ việc xử lý dữ liệu, lý thuyết và tổng quan tài liệu. Qua đó, nếu doanh nghiệp muốn đầu tư nghiêm túc cho đổi mới thì cần nghiêm túc xây dựng mục tiêu dài hạn bằng cách lựa chọn các loại hình đổi mới phù hợp với chiến lược. Có rất nhiều loại hình đổi mới khác nhau và không phải mọi doanh nghiệp đều có khả năng chi trả cho tất cả các hoạt động ấy. Do đó, doanh nghiệp cần đi phân tích những điểm mạnh, hạn chế của mình về mặt tài chính, nguồn lực, các mối quan hệ,… để tiến hành hoạt động đổi mới một cách hiệu quả và tránh gây lãng phí các nguồn lực đang có.

Hơn thế nữa, các doanh nghiệp có thể thành lập trung tâm R&D để hiểu rõ hơn về môi trường kinh doanh, đối thủ, cơ hội của doanh nghiệp trên thị trường. R&D là đầu vào của quá trình đổi mới, R&D liên quan đến các hoạt động nghiên cứu thị trường và nhu cầu khách hàng, thông qua đó, phát triển các sản phẩm, dịch vụ mới thông qua các cải tiến để đáp ứng nhu cầu ngày một nhiều và đổi mới của khách hàng. Đồng thời, R&D sẽ là một nền tảng giúp các doanh nghiệp đưa ra những chiến lược, phương án phù hợp để thực hiện các hoạt động đổi mới một cách hợp lý nhất.

Đồng thời, tái đầu tư vào đổi mới để tạo thành một chu kỳ ổn định cho các hoạt động đổi mới là một việc làm cần thiết. Khi bắt tay vào thực hiện tiến trình đổi mới, các doanh nghiệp cần hướng đến các mục tiêu trong dài hạn. Không chỉ đơn thuần là đầu tư cho các loại hình đổi mới, mà các doanh nghiệp cần nghĩ cách để tái đầu tư cho các hoạt động này, hình thành một chu kỳ để có thể phát triển ổn định. Do đó, các doanh nghiệp cần lên kế hoạch để trích ra một phần quỹ từ tổng doanh thu của doanh nghiệp cho hoạt động nghiên cứu và phát triển.

Ngoài ra, doanh nghiệp cần tận dụng và tuyển dụng những cán bộ, chuyên gia tài năng, chuyên sâu về đổi mới sáng tạo để từ đó có kế hoạch phát triển các hoạt động đó, hỗ trợ doanh nghiệp đảm bảo hiệu quả đầu tư. Khi mọi thứ đi theo khuôn mẫu, doanh nghiệp sẽ có thể tái đầu tư cho đổi mới sáng tạo trong giai đoạn tiếp theo, góp phần tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài.

6. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Bài nghiên cứu chỉ xem xét 131 DNNVV có cung cấp số liệu mà chưa đánh giá được tất cả các DNNVV tại TPCT nên có thể kết quả nghiên cứu chưa thật sự mang tính đại diện. Hơn nữa, việc kiểm tra tính đúng đắn của các báo cáo tài chính của tất cả các doanh nghiệp là không dễ dàng. Do đó, một số con số trong cuộc khảo sát là tương đối, không hoàn toàn tuyệt đối.

Trong tương lai, nên có những nghiên cứu so sánh hoạt động đổi mới của doanh nghiệp trong các lĩnh vực khác nhau. Đặc biệt là nghiên cứu mối quan hệ điều tiết giữa các loại hình đổi mới để có thể cho ra kết quả khách quan hơn. Cần có thêm nhiều nghiên cứu về đổi mới sáng tạo ở các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long hoặc các tỉnh khác ở Việt Nam.◆

Tài liệu tham khảo:

1. Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam, 2011, *Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa ở TPCT*, Tạp chí khoa học trường Đại học Cần Thơ, số 19b, trang 122-129.

2. Phan Hồng Dẫn, 2012, *Phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Trà Vinh*, Luận văn thạc sĩ. Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

3. Phùng Xuân Nhạ, Lê Quân, 2013, *Đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp Việt Nam*, Tạp chí khoa học ĐHQGHN, số 4, trang 1-11.

4. Trương Đông Lộc và Nguyễn Đức Trọng, 2010, *Hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Đồng bằng Sông Cửu Long*, Tạp chí Công nghệ ngân hàng, số 50, trang 11-16.

5. Võ Thành Danh và cộng sự, 2015, *Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại tỉnh Bạc Liêu*, Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 38, trang 34-40.

6. Adnan, M., Abdulhamid, T. & Sohail, B., 2018, *Predicting firm performance through Resource-based framework*, European Journal of Business and Management, Vol.10, No.1, 31-40.

7. Atalay, M., Anafarta, N. & Sarvan, F., 2013, *The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 75: 226-235.

8. Audretch, D. B., Coad, A. & Segarra, A., 2014, *Firm growth and innovation*, Small Business Economics, 43, 743-749.

9. Barney, J. B., Busenitz, L., Fiet, J., & Moesel, D., 1994, *The relationship between venture capitalists and managers in new firms: determinants of contractual covenants*, Managerial finance, 20, 19-19.

10. Barney, J., 1991, *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, Journal of Management, Vol. 17, No. 1, 99-120.

11. Brouwer, M., 1991, *Schumpeterian Puzzles: Technological competition and economic evolution*, Michigan: University of Michigan Press.

12. Canh, N. T., Liem, N. T., Thu, P. A. & Khuong, N. V., 2019, *The Impact of Innovation on the Firm Performance and Corporate Social Responsibility of Vietnamese Manufacturing Firms*, Sustainability, 11, 3666.

13. Chun, H., Kim, J. W., Morck, R. & Yeung, B., 2008, *Creative destruction and firm-specific heterogeneity*, Journal of Financial Economics, Vol.98(1), 109-135.

14. Gurbuz, A. O. & Aybars, A., 2010, *The impact of foreign ownership on firm performance, Evidence from an emerging market: Turkey*, American Journal of Economics and Business Administration, 2(4): 350-359.

15. Lazar, S., 2016, *Determinants of firm performance: Evidence from Romanian listed company*, Review of Economics & Business Studies, Vol.9(1), 53-69.

16. Muhammand Haris Qureshi, 2012, *Factors affecting small-business performance in punjab-pakistan: a gender based analysis*, Iinterdisciplinary journal of contemporary research in business, 4: 687-697.

17. OECD and Eurostat, 2005, *Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data*, 3rd ed, s.l. OECDpublishing.

18. Rousseau, M. B., Mathias, B. D., Madden, L. T. & Crook, T. R., 2016, *Innovation, firm performance, and appropriation: A meta-analysis*, International Journal of Innovation Management, Vol.20, No.3, 1650033.

19. Schumpeter, J. A., 1934, *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Social Science Electronic Publishing.

20. Wernerfelt, B., 1984, *A Resource-Based View of the Firm*, Strategic Management Journal, Vol. 5, No. 2, 171-180.

Summary

The study aims to analyze the impact of innovation activities on efficient business operations of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Can Tho city, specifically with four types of innovation: product innovation, process innovation, marketing innovation and organizational innovation. Based on the resource theory of (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991), this study hypothesizes that 4 types of innovation have a positive impact on the business performance of SMEs in Can Tho city. To test hypotheses, survey data were collected in 131 SMEs based on a snowball sampling method. The research key findings reveal that all types of innovation have a positive impact on business performance, except for marketing innovation. The results achieved are in line with reality because innovation is still a new concept for SMEs in such province. Finally, the study provides some implications related to innovative changes in order to help to improve the performance of SMEs in Can Tho will be proposed.