

TỔNG QUAN NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT THỨC ĂN CHĂN NUÔI VIỆT NAM

Nguyễn Minh Dũng¹, Đỗ Quang Giám^{2*}, Nguyễn Hồng Chính³

¹*Trung ương Mặt trận tổ quốc Việt Nam*

²*Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

³*Học viện Tài chính*

**Tác giả liên hệ: dqgiam@vnua.edu.vn*

Ngày nhận bài: 27.08.2025

Ngày chấp nhận đăng: 26.09.2025

TÓM TẮT

Trên cơ sở tổng quan những vấn đề lý luận về đổi mới sáng tạo và năng lực đổi mới sáng tạo, bài viết đã luận giải cơ sở lý luận, yếu tố ảnh hưởng và xác định khung phân tích năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi Việt Nam trong bối cảnh đổi mới sáng tạo đang diễn ra mạnh mẽ trong các doanh nghiệp này. Khung nghiên cứu năng lực đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi Việt Nam được đề xuất bao trùm một cách hệ thống trên các nội dung: Năng lực quản lý đổi mới sáng tạo; năng lực học hỏi và đầu tư cho đổi mới sáng tạo; năng lực tạo ra kết quả đổi mới sáng tạo và năng lực thương mại hóa kết quả đổi mới sáng tạo, để làm tiền đề cho các nghiên cứu thực nghiệm tiếp theo.

Từ khóa: Năng lực đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp, sản xuất thức ăn chăn nuôi, Việt Nam.

Theoretical Bases on Innovation Capability of Vietnamese Animal Feed Manufacturing Firms

ABSTRACT

Based on the overview of theoretical issues on innovation and innovation capacity, the article has clarified the theoretical basis, influencing factors and the analytical framework of innovation capacity of Vietnamese animal feed enterprises in the context of strong innovation taking place in the animal feed industry. The proposed framework for researching innovation capability in Vietnamese animal feed production enterprises systematically covers the following contents: innovation management capability, learning and investment capability for innovation, capability for creating innovation results, and capability for commercializing innovation results to serve as a premise for subsequent empirical studies.

Keywords: Innovation capability, enterprises, animal feed manufacture, Vietnam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đổi mới sáng tạo là hoạt động tất yếu và sống còn đối với các doanh nghiệp (DN) trên toàn thế giới. Các DN của Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó. Thuật ngữ “đổi mới sáng tạo” đã được Quốc hội (2013) đưa vào Luật Khoa học và Công nghệ, tại Điều 3: “Đổi mới sáng tạo (Innovation) là việc tạo ra, ứng dụng 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”. Trong những năm qua, đã có nhiều chủ trương, chính sách ưu tiên cho đổi mới sáng tạo (ĐMST) và áp dụng khoa học và công nghệ. Cụ thể, tại Đại hội XIII của Đảng, lần đầu tiên cụm từ “đổi mới sáng tạo” đã được đưa vào Văn kiện Đại hội (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021) hay Nghị quyết 57-NQ/TW (Bộ Chính trị, 2024) cũng đã chỉ rõ vai trò và động lực của ĐMST trong kỷ nguyên mới của dân tộc. Đặc biệt, Quốc hội mới thông qua Luật Khoa

học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo (Quốc hội, 2025) cho thấy lần đầu tiên ĐMST được cụ thể hóa như một lĩnh vực riêng biệt, có vị thế tương đương với khoa học và công nghệ trong hệ thống pháp luật quốc gia. Bên cạnh đó, Chính phủ (2023) đã phê duyệt “Đề án Phát triển công nghiệp chế biến TACN đến năm 2030” với các chính sách hỗ trợ phát triển và nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành. Nhiều nghiên cứu thực tiễn và khảo sát DN cho thấy ĐMST tác động đến sự ra đời của các sản phẩm, dịch vụ mới có chất lượng tốt và giá thành giảm thấp hơn (Gamal, 2011). Do vậy, để tiến hành được các hoạt động ĐMST đòi hỏi DN cần có năng lực ĐMST, nghĩa là có khả năng biến đổi liên tục tri thức và ý tưởng thành sản phẩm mới, quy trình sản xuất mới, mở ra các thị trường mới và cách thức tổ chức mới để giúp DN và thành viên trong DN có thể được hưởng lợi (Lawson & Samson, 2001).

Đặc biệt trong bối cảnh thế giới đang bước vào kỷ nguyên của khoa học và công nghệ thì ĐMST trở thành động lực then chốt cho các quốc gia phát triển kinh tế - xã hội. Mặc dù đã có các quan điểm về việc cần tăng cường năng lực ĐMST của các DN Việt Nam trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh và hội nhập, tuy nhiên các nghiên cứu về vấn đề này còn rất hạn chế, chủ yếu mới làm rõ được các khái niệm, quan điểm, mà chưa trả lời được câu hỏi “Làm sao để DN Việt Nam có thể nâng cao năng lực ĐMST trong bối cảnh hiện nay?”. Vấn đề này không phải là ngoại lệ đối với DN sản xuất thức ăn chăn nuôi (TACN) Việt Nam. Theo Công ty Cổ phần Báo cáo đánh giá Việt Nam (VNR, 2023) tính đến cuối năm 2023, cả nước có 269 cơ sở sản xuất TACN công nghiệp dạng hỗn hợp hoàn chỉnh, trong đó 90 nhà máy thuộc sở hữu của các DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), chiếm 51,3% công suất thiết kế và 179 nhà máy thuộc sở hữu các DN trong nước, chiếm 48,7% công suất thiết kế. Tuy nhiên, với lợi thế về vốn và công nghệ, các DN FDI đang chi phối thị trường TACN Việt Nam và tạo ra cuộc cạnh tranh khốc liệt giữa các DN trong nước và nước ngoài. Điều này cũng cho thấy nhiều DN trong nước còn ít quan tâm đến nâng cao năng lực

ĐMST hoặc còn thiếu hiểu biết toàn diện về năng lực ĐMST.

Để các DN sản xuất TACN Việt Nam có thể cạnh tranh và phát triển bền vững, cần có nhận thức sâu sắc về năng lực ĐMST. Vì vậy, việc tổng quan những vấn đề lý luận về năng lực ĐMST của DN sản xuất là cần thiết nhằm phát triển khung phân tích cho các nghiên cứu kế tiếp. Bài viết sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu trong và ngoài nước phù hợp với mục đích và đối tượng nghiên cứu nhằm luận giải những cơ sở lý luận về năng lực ĐMST cũng như nhân tố ảnh hưởng đến năng lực ĐMST trong DN sản xuất TACN Việt Nam, trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu đã công bố liên quan.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

2.1. Những vấn đề chung về đổi mới sáng tạo và năng lực đổi mới sáng tạo

2.1.1. Khái niệm đổi mới sáng tạo và năng lực đổi mới sáng tạo

Hiện nay ĐMST được xem là chìa khóa nâng cao năng lực cạnh tranh của DN cũng như của quốc gia. Theo Zahra & Covin (1994) “ĐMST trở thành xu thế nhận được sự quan tâm của nhiều quốc gia trên thế giới và được xem là nhân tố quyết định sự tồn tại và phát triển của DN”. ĐMST đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra giá trị và duy trì lợi thế cạnh tranh. Khái niệm ĐMST được đưa ra rất sớm, theo Schumpeter (1934) “ĐMST là quá trình mà chủ DN đưa các kết hợp mới ra thị trường, có thể là việc đưa ra một sản phẩm mới, áp dụng một phương pháp sản xuất mới hoặc cách thức bán hàng mới, mở ra thị trường mới, sử dụng nguồn cung ứng nguyên liệu đầu vào mới, hay hình thành một cấu trúc thị trường mới”. Hầu hết các định nghĩa về ĐMST sau này có sự kế thừa và phát triển từ các ý tưởng trên của Schumpeter. D’Aveni (1994) đã làm rõ thêm khái niệm ĐMST, đó là quá trình DN phát triển các sản phẩm, dịch vụ, quy trình hay hệ thống quản lý mới, phù hợp với sự thay đổi của môi trường. ĐMST được phân biệt với phát minh ở

chỗ ĐMST gồm nhiều công đoạn, từ nghiên cứu, lập kế hoạch đến tìm kiếm giải pháp kỹ thuật và thương mại hóa kết quả. ĐMST chỉ được thừa nhận khi phát minh của DN trở thành sản phẩm hoặc dịch vụ mới, được khách hàng chấp nhận và mang lại lợi nhuận cho DN. Trong các nghiên cứu ứng dụng hiện nay, khái niệm ĐMST được dùng phổ biến nhất do OECD phát triển và được trình bày trong cuốn Cẩm nang Oslo (OECD, 2005). Theo OECD (2005) “ĐMST là việc thực thi một sản phẩm hoặc quy trình mới, một phương pháp marketing mới, một phương pháp tổ chức mới hoặc cải thiện đáng kể trong hoạt động sản xuất, kinh doanh”. Do vậy, ĐMST có thể giúp các DN tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh, đáp ứng nhu cầu, tăng sự hài lòng của khách hàng; cũng như giúp DN giành được uy tín và vị thế cạnh tranh mới, tạo ra thị trường mới và thu hút nguồn tài trợ từ các đối tác.

Nhìn chung, ĐMST ở cấp độ DN có thể phân thành 4 nhóm: (i) ĐMST sản phẩm; (ii) ĐMST quy trình; (iii) ĐMST marketing và (iv) ĐMST tổ chức quản lý.

Năng lực ĐMST có thể chia thành ba cấp độ: (1) Cấp quốc gia; (2) Cấp ngành, vùng và khu vực địa lý và (3) Cấp độ DN, tuy nhiên có thể khái quát qua ba đặc trưng, đó là: (i) Ý tưởng sáng tạo; (ii) Chưa từng có ở một cấp độ nào đó; (iii) Có thể tạo ra lợi nhuận khi thương mại hóa thành công. Ở cấp quốc gia, năng lực ĐMST cung cấp cái nhìn tổng quát nhất về đổi mới trong hoạt động sáng chế theo thời gian, ngoài ra còn thiết lập được mối quan hệ với những lĩnh vực liên quan như giáo dục, sở hữu trí tuệ, luật,... Ở cấp ngành, vùng và khu vực, năng lực ĐMST được xác định thông qua các chỉ số đo lường theo thời gian, làm căn cứ đánh giá sự chênh lệch về năng lực ĐMST giữa các ngành, vùng và khu vực, đồng thời cung cấp chỉ báo về các nguồn để tạo ra công nghệ mới. Thực tiễn cho thấy những khu vực có năng lực ĐMST cao sẽ phát triển kinh tế nhanh, thu hút được nhân lực có chất lượng cao, giúp tăng thu nhập và khả năng thương mại hóa sản phẩm và dịch vụ của khu vực.

Ở cấp độ DN, có một số định nghĩa về năng

lực ĐMST, theo Neely & cs. (2001): “Năng lực ĐMST có thể được xem như tiềm năng của DN trong việc tạo ra những sản phẩm mang tính sáng tạo mới, đây là nhân tố chính của việc quản lý quá trình ĐMST”. Đồng quan điểm, Lawson & Samson (2001) cho rằng: “Năng lực ĐMST là khả năng liên tục chuyển đổi kiến thức và ý tưởng thành các sản phẩm, quy trình và hệ thống mới vì lợi ích của công ty và các bên liên quan”; Wang & Ahmed (2004) đã nhấn mạnh: “Năng lực ĐMST là tổng thể các khả năng ĐMST của tổ chức trong việc đưa ra các sản phẩm mới, thị trường mới thông qua định hướng chiến lược trong hành động và quy trình”. Cụ thể hơn, OECD (2005) đã định nghĩa, “Năng lực ĐMST trong DN được xem là khả năng DN có thể biến ý tưởng sáng tạo kết hợp các nguồn lực đầu vào thành sản phẩm phù hợp với nhu cầu của thị trường”. Có thể thấy năng lực ĐMST là tiêu chí đa chiều được định nghĩa theo các cách khác nhau. Theo Hyvönen & cs. (2004), có thể phân thành năng lực ĐMST thành hai nhóm: (i) ĐMST về công nghệ và (ii) ĐMST về quản trị; Chen (2009) định nghĩa khả năng ĐMST: “Là năng lực của công ty dựa trên các quy trình, hệ thống và cơ cấu tổ chức, có thể áp dụng cho các hoạt động đổi mới sản phẩm hoặc quy trình”. Trong khi đó, Saunila (2016) làm sâu sắc hơn phạm trù năng lực ĐMST về công nghệ bao gồm năng lực phát triển công nghệ mới, sản phẩm mới, hay quy trình mới; còn năng lực ĐMST về quản trị liên quan đến quản lý, thị trường và marketing sản phẩm. Theo Iddris (2016), có thể xem năng lực ĐMST là khả năng liên tục của các công ty đầu mối trong việc sử dụng chuyên môn tập thể, kiến thức, kỹ năng và nguồn lực của các thành viên của chuỗi cung ứng trong hoạt động đổi mới liên quan đến các quy trình, sản phẩm, dịch vụ, hành chính mới, hoặc hệ thống tổ chức để tạo ra và nắm bắt giá trị cho toàn bộ chuỗi cung ứng. Tóm lại, mặc dù có nhiều học giả và tổ chức đã đưa ra định nghĩa năng lực ĐMST của DN, tuy nhiên có thể khái quát năng lực ĐMST thực chất là thước đo khả năng sáng chế và tiềm năng công nghệ của một DN để giúp DN tự đánh giá năng lực ĐMST của

DN mình đang ở đâu, cần có biện pháp gì phù hợp để thúc đẩy, duy trì hay nâng cao.

ĐMST và năng lực ĐMST có quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó năng lực ĐMST là điều kiện, còn ĐMST là kết quả. Đây là mối quan hệ giữa điều kiện và khả năng nguồn lực cần thiết để phát huy năng lực và biến ĐMST và kết quả của quá trình thực hiện ĐMST trở thành hiện thực. Kết quả này có thể được lý giải bởi sự kết hợp giữa tài sản và nguồn lực của tổ chức, trong đó năng lực ĐMST cần nhiều nguồn lực, tài sản và năng lực khác trong môi trường cạnh tranh và không ngừng phát triển (Sen & Egelhoff, 2000).

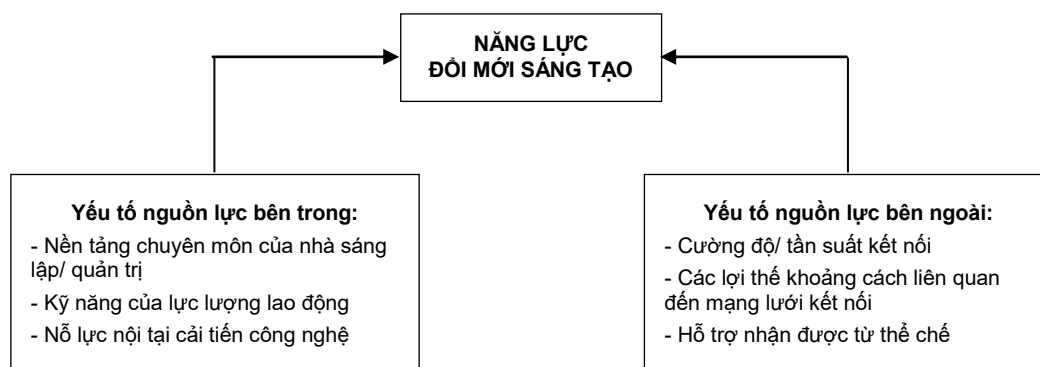
2.1.2. Các loại hình đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp sản xuất

Để có cách tiếp cận đầy đủ và sâu sắc đối

với năng lực ĐMST, bài viết sử dụng khung lý thuyết về ĐMST được trình bày trong Cẩm nang Oslo (OECD, 2005), theo đó ĐMST được xem là các hoạt động tạo ra giá trị mới cho DN. Hoạt động ĐMST của DN có thể là việc đưa ra sản phẩm mới hoặc cải tiến những sản phẩm hay phương thức hiện có của DN đến thị trường mà DN hoạt động. Đối tượng của ĐMST bao gồm: ĐMST về sản phẩm, ĐMST về quy trình, ĐMST về hoạt động marketing và ĐMST về quản lý. Tuy nhiên, khuôn khổ của Cẩm nang Oslo quan tâm nhiều đến đầu ra của ĐMST và các mối liên kết của DN với bên ngoài như thể chế và cơ sở hạ tầng, các DN khác, khu vực đào tạo và hệ thống nghiên cứu công và nhu cầu của thị trường (Bảng 1).

Bảng 1. Phân loại hoạt động đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Phân loại ĐMST	Đặc điểm	Nghiên cứu
ĐMST đối với hàng hóa hoặc dịch vụ	Các hàng hóa hoặc dịch vụ mới hoặc được cải tiến đáng kể, trong đó loại trừ việc bán các loại hàng hóa mới hoặc hàng hóa chỉ đơn giản là thay đổi về mẫu mã.	Vuong & cs. (2014); Phùng Xuân Nhạ & Lê Quân (2013); Đinh Tuấn Minh & cs. (2018); Bạch Tân Sinh (2010); OECD (2005); Gamal (2011).
ĐMST về quy trình	- Đưa ra phương pháp sản xuất hàng hóa, dịch vụ mới, hoặc được cải tiến đáng kể, hoặc đưa ra các phương pháp logistics, vận chuyển hay phân phối mới hoặc được cải tiến đáng kể cho đầu vào, hàng hóa hoặc dịch vụ. - Đưa ra hoạt động hỗ trợ mới hay được cải tiến đáng kể cho các quy trình của mình như: bảo dưỡng hệ thống, vận hành hệ thống mua sắm, kế toán, hoặc phần mềm máy tính mới.	Vuong & cs. (2014); Phùng Xuân Nhạ & Lê Quân (2013); Đinh Tuấn Minh & cs. (2018); Bạch Tân Sinh (2010); OECD (2005); Gamal (2011); Tidd & cs. (2005).
ĐMST đối với hoạt động marketing	- Có thay đổi quan trọng cho các thiết kế mỹ thuật hoặc đóng gói sản phẩm, dịch vụ (ngoại trừ những thay đổi làm biến đổi chức năng của sản phẩm hoặc đặc điểm của người dùng vì đó là ĐMST đối với sản phẩm). - Các hình thức truyền thông hay quảng bá sản phẩm mới (ví dụ, lần đầu tiên quảng cáo trên phương tiện thông tin đại chúng, đưa ra hình ảnh nhãn hiệu mới, thẻ khách hàng...). - Đưa ra phương pháp mới trong việc thể nhận diện của sản phẩm hay kênh bán hàng mới (chẳng hạn, lần đầu tiên áp dụng hình thức nhượng quyền thương hiệu, giấy phép phân phối, bán hàng trực tiếp, bán lẻ độc quyền, đưa ra ý tưởng nhận diện sản phẩm mới). - Áp dụng phương pháp tính giá mới cho hàng hóa, dịch vụ (ví dụ, lần đầu tiên sử dụng các hình thức đặt giá khác nhau dựa trên nhu cầu, hệ thống khấu trừ mới...)	Vuong & cs. (2014); Phùng Xuân Nhạ & Lê Quân (2013); Đinh Tuấn Minh & cs. (2018); Bạch Tân Sinh (2010); OECD (2005); Gamal (2011); Tidd & cs. (2005).
ĐMST đối với tổ chức quản lý	- Đưa ra cách làm mới cho việc tổ chức quy trình (ví dụ, lần đầu tiên áp dụng quản lý chuỗi cung ứng, quản lý tri thức, quản lý chất lượng, sản xuất tinh gọn...). - Đưa ra phương pháp tổ chức về trách nhiệm trong công việc và quá trình ra quyết định (ví dụ, lần đầu tiên sử dụng hệ thống mới về trách nhiệm của người lao động, làm việc nhóm, phân quyền, tích hợp hay phân tách các phòng ban, hệ thống giáo dục, đào tạo...). - Phương pháp mới trong việc tổ chức các mối quan hệ với bên ngoài (ví dụ, lần đầu tiên hợp tác với tổ chức khác, thuê ngoài hay sử dụng các hợp đồng thầu phụ, liên minh...).	Vuong & cs. (2014); Phùng Xuân Nhạ & Lê Quân (2013); Đinh Tuấn Minh & cs. (2018); Bạch Tân Sinh (2010); OECD (2005); Gamal (2011); Tidd & cs. (2005).



Nguồn: Romijin & Albaladejo (2002).

Hình 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp

2.2. Yếu tố ảnh hưởng đến năng lực đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp sản xuất

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực ĐMST của DN của Romijin & Albaladejo (2002) đã rút ra năng lực ĐMST của DN là khả năng tạo ra những cải tiến lớn, những thay đổi công nghệ hiện có, hay các công nghệ mới. Tiếp cận này coi sự tiến bộ công nghệ của DN như là quá trình học hỏi kiến thức và kỹ năng cần thiết nhằm giúp DN thử nghiệm, vận hành, duy trì, cải biến và phát triển công nghệ. Các tác giả cũng cho rằng năng lực ĐMST phụ thuộc vào cả các yếu tố bên trong và bên ngoài tổ chức. Cụ thể, yếu tố bên trong gồm: trình độ đào tạo và kinh nghiệm của người quản lý, kỹ năng của đội ngũ nhân viên, mức chi cho hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) và đào tạo. Yếu tố bên ngoài gồm: mức độ liên kết chặt chẽ với các thành viên trong chuỗi giá trị, mức độ gắn gũi về địa lý giữa các thành viên và sự hỗ trợ về thể chế (Hình 1).

Nguồn bên trong DN bao gồm kiến thức và kỹ năng của người sáng lập, quản lý DN và người lao động tích lũy được theo thời gian. Mỗi DN cần có đội ngũ lao động có khả năng tiếp thu công nghệ mới, cải biến chúng, sáng tạo ra và chuyển giao công nghệ mới, nhất là đội ngũ chuyên gia và kỹ sư. Hoffman & cs. (1998) cho rằng một trong những nguồn lực bên trong quan trọng nhất của năng lực ĐMST của DN chính là nền tảng tri thức mà đội ngũ chuyên gia và kỹ sư sở hữu, cùng với năng lực lãnh đạo của nhà

sáng lập, quản lý có trình độ cao. Họ chính là nguồn cung cấp trực tiếp tri thức, ý tưởng, sự truyền cảm hứng; cũng là người trực tiếp thực hiện các hoạt động R&D; và là người quản lý mối quan hệ của DN với các nguồn bên ngoài cho R&D. Việc thiếu đội ngũ này có thể là yếu tố cản trở tăng trưởng của DN, tuy nhiên điều này không đúng với tất cả các DN sản xuất. Các DN cũng có thể tự đào tạo nâng cao nguồn nhân lực, hoặc cử nhân viên đi đào tạo qua các chương trình chính thức hoặc không chính thức (Bell & cs., 2017).

Các nguồn bên ngoài DN bao gồm tần suất của các mối quan hệ với bên ngoài, sự gần gũi về địa lý với đối tác trong mạng lưới và hỗ trợ thể chế mà DN nhận được. Việc trải nghiệm với các nhà cung ứng, khách hàng, các thể chế công, trường đại học, viện nghiên cứu, hiệp hội ngành nghề, và cả đối thủ cạnh tranh có thể giúp cung cấp nguồn đầu vào còn thiếu của quá trình học hỏi mà tự bản thân DN không dễ dàng có được. Trải nghiệm có thể diễn ra nhằm thu thập thông tin về công nghệ và thị trường cũng như các đầu vào khác để bổ sung cho quá trình học hỏi bên trong. Ví dụ, các chương trình đào tạo cho lao động từ bên ngoài, các bộ phận và chi tiết, dịch vụ tư vấn, các khoản tài trợ cho R&D (Panda & Ramanathan, 1996). Việc sản sinh ra và vận dụng tri thức phụ thuộc vào tần suất và mật độ của tương tác với các nguồn bên ngoài và mức độ mở của DN với tri thức bên ngoài (Caloghirou & cs., 2004). Nhiều nghiên cứu cũng cho thấy hiệu quả của việc “học hỏi thông

qua tương tác” có thể được tăng cường nếu DN có khoảng cách địa lý gần gũi với các đối tác trong mạng lưới như các khu công nghiệp hay trung tâm kinh tế. Tuy nhiên, Dicken & Saxenian (1994) cho rằng sự gần gũi về không gian có thể giúp giảm chi phí liên lạc và các cuộc tiếp xúc trực tiếp và làm tăng sự tin tưởng giữa các đối tác, từ đó giúp DN xây dựng niềm tin và giảm rủi ro của các giao dịch. DN nằm trong khu công nghiệp cũng được hưởng lợi từ việc truyền tải nhanh chóng thông tin và kiến thức về các xu hướng công nghệ mới, nhu cầu của khách hàng, cũng như từ sự thuận tiện trong việc dịch chuyển của lao động lành nghề từ DN này sang DN khác. Curran & Blackburn (1994) nhận thấy sự cắt giảm nhanh chóng chi phí đi lại và thông tin liên lạc, cũng như sự cải thiện của chất lượng và tốc độ của các giao dịch ở khoảng cách xa đã làm giảm tầm quan trọng của sự gần gũi về không gian với các đối tác trong mạng lưới đối với năng lực ĐMST của DN. Có những bằng chứng về mối tương quan giữa năng lực ĐMST và các hỗ trợ thể chế, đã chỉ ra việc cung ứng các kỹ sư, nhà khoa học, các khoản tài trợ cho R&D và hỗ trợ từ các trường đại học, phòng thí nghiệm có ý nghĩa quan trọng trong việc thúc đẩy hoạt động ĐMST của DN. Theo OECD (2005), do những tri thức cần thiết cho ĐMST ngày càng phức tạp, cả DN lớn và nhỏ đều phải đương đầu với khó khăn mới trong việc tự tạo ra tri thức cần thiết để ĐMST, dẫn đến năng lực ĐMST của DN ngày càng phụ thuộc vào các nguồn bên ngoài. Do vậy, nguồn bên ngoài của ĐMST đã trở nên quan trọng cho năng lực ĐMST của DN (Chesbrough, 2006). Morgan & Carolyn (2003) đã chỉ ra các thông tin từ thị trường, đối thủ cạnh tranh, khách hàng và các thành viên trong kênh phân phối có thể làm tăng năng lực lập kế hoạch marketing, thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của DN. Như vậy, các nguồn ĐMST bên ngoài làm tăng năng lực nội tại của DN, dẫn đến hiệu quả hoạt động tốt hơn.

Tuy nhiên, theo Blonigen & Taylor (2000), bên cạnh việc các nguồn năng lực ĐMST của DN từ bên trong và bên ngoài có tính bổ trợ cho nhau, trong nhiều trường hợp còn có tính thay thế khi các nguồn lực bị hạn chế. Năng lực ĐMST của DN phụ thuộc vào các nguồn lực, khả

năng của DN, cũng như việc tìm kiếm và khai thác các cơ hội (Teece & Pisano, 1994). Đó là sự kết hợp giữa yếu tố khách quan và chủ quan hướng tới sự ĐMST của DN, trong đó yếu tố khách quan giữ vai trò quyết định nội dung năng lực ĐMST, yếu tố chủ quan hình thành năng lực ĐMST về tính chất, mục tiêu và đối tượng phục vụ. Việc nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng, đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực ĐMST của DN đóng vai trò quan trọng trong quản trị DN và tạo ra sự phát triển bền vững. Nghiên cứu của Benn & Samson (2012) về phát triển năng lực ĐMST trong tổ chức, với trọng tâm năng lực quản lý ĐMST, đã đưa ra 7 yếu tố xây dựng năng lực ĐMST của một DN, gồm: Tầm nhìn và chiến lược; Khai thác các năng lực nền tảng; Trí tuệ; Sáng tạo và quản lý ý tưởng; Cơ cấu tổ chức và hệ thống; Văn hóa và bầu không khí trong tổ chức và Quản lý công nghệ. Có thể thấy, các nghiên cứu mô hình ĐMST chủ yếu nhằm vào các hướng sau: (i) Tạo ra hoặc tiếp nhận tri thức mới phù hợp với DN; (ii) Các khâu chuẩn bị sản xuất; (iii) Tiếp thị sản phẩm mới hay sản phẩm được cải tiến và đưa sản phẩm ra thị trường.

2.3. Đo lường năng lực đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp sản xuất

Để đo lường năng lực ĐMST của DN, Wang & Ahmed (2004) đã tiên phong xây dựng các thước đo năng lực ĐMST, bao gồm: Đổi mới sản phẩm, đổi mới thị trường và đổi mới quy trình. Yam & cs. (2011) phát triển năng lực đổi mới thành 7 yếu tố: (1) Năng lực học hỏi; (2) Năng lực nghiên cứu và phát triển; (3) Năng lực phân bổ nguồn lực; (4) Năng lực sản xuất; (5) Năng lực tiếp thị; (6) Năng lực tổ chức và (7) Năng lực hoạch định chiến lược của DN. Tuy nhiên, Saunila & Ukko (2012) đề xuất một khung đo lường khả năng ĐMST, bao gồm các khía cạnh: tính sáng tạo, động lực lãnh đạo, kênh giao tiếp, sáng tạo ý tưởng, sản phẩm mới và quy trình mới.

Việc đo lường năng lực ĐMST của DN có ý nghĩa sống còn, giúp DN thấy rõ năng lực thực tại của mình, phát huy thế mạnh và khắc phục điểm yếu để tập trung đầu tư nâng cao hiệu quả

của hoạt động ĐMST. Đồng thời DN có thể đối sánh năng lực của mình với DN cùng ngành trong nước hoặc quốc tế để có quyết sách phù hợp. Các khung lý thuyết về đo lường năng lực ĐMST của DN gần đây đều xem xét ĐMST đa chiều, xuyên suốt quá trình ĐMST, thay vì chỉ tập trung đo lường các đầu vào và đầu ra của ĐMST. Các mô hình và công cụ đo lường năng lực ĐMST của DN, kèm theo những mục tiêu và yêu cầu cần thiết cho việc áp dụng của từng mô hình được Đinh Tuấn Minh & cs. (2018) nghiên cứu tổng hợp bao gồm: Mô hình kim cương, Mô hình phễu, Mô hình chuỗi giá trị ĐMST và Mô hình cảm nang Oslo. Mỗi bộ công cụ đều có điểm mạnh riêng, trọng tâm vào những nội dung cốt lõi của tiến trình ĐMST. Vì vậy, mỗi DN, tổ chức, vùng hoặc quốc gia có thể xem xét lựa chọn những thành phần phù hợp của các mô hình và công cụ để thực hiện đánh giá năng lực ĐMST theo mục tiêu đặt ra.

2.4. Xây dựng khung phân tích năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi Việt Nam

Để đánh giá năng lực ĐMST của các DN sản xuất TACN Việt Nam, nghiên cứu áp dụng tiếp cận theo chuỗi quy trình ĐMST của DN từ khâu tìm kiếm tri thức, tạo ra ĐMST cho đến khai thác thành tựu ĐMST. Các mô hình lý thuyết được áp dụng là: Mô hình kim cương, Mô hình hình phễu và Mô hình chuỗi giá trị ĐMST, phù hợp với quy mô và đặc điểm của DN sản xuất TACN Việt Nam, đó là những DN có quy mô khá lớn. Các mô hình đều quan tâm nhiều hơn đến các khía cạnh của năng lực ĐMST chứ không đơn thuần nhấn mạnh vào đầu ra và các mối liên kết của DN với bên ngoài. Mô hình hình phễu tập trung sâu vào các quy trình ĐMST mà DN nhỏ và vừa chưa có quy trình ĐMST một cách đầy đủ sẽ rất khó cụ thể hóa các khâu như vậy. Còn mô hình chuỗi giá trị ĐMST tỏ ra phù hợp hơn đối với DN sản xuất TACN khi được chia thành 3 giai đoạn chính: (i) Tạo ý tưởng; (ii) Chuyển đổi ý tưởng và (iii) Lan tỏa ý tưởng ĐMST. Vì thế, bộ tiêu chí đánh giá năng lực ĐMST của DN sản xuất TACN Việt Nam được đề xuất dựa trên khuôn

khô của Cảm nang Oslo (OECD, 2005), cũng như kết hợp với Mô hình chuỗi giá trị ĐMST để phản ánh cả khía cạnh đầu ra, mối quan hệ với bên ngoài và quy trình bên trong về hoạt động ĐMST tại DN sản xuất. Đây cũng là mô hình sử dụng bộ tiêu chí 1-InnoCERT của Malaysia và bộ tiêu chí InnoBiz của Hàn Quốc xây dựng để DN tự đánh giá nhanh năng lực ĐMST của mình. Để đảm bảo DN phát triển bền vững trong bối cảnh cạnh tranh và hội nhập, tác giả đã tổng hợp từ hai mô hình trên và các bộ công cụ ứng dụng để đưa ra khung phân tích năng lực ĐMST của DN sản xuất TACN Việt Nam (Hình 2) với triết lý, đó là không ngừng nâng cao năng lực ĐMST trong DN theo chiều hướng quản lý từ trên xuống dưới; tiếp cận ĐMST dựa vào thị trường để đáp ứng nhu cầu và tăng tính cạnh tranh; và tăng tính lan tỏa trong từng bộ phận và toàn bộ lực lượng lao động của DN. Vì vậy, nội dung nghiên cứu năng lực ĐMST trong DN sản xuất TACN Việt Nam gồm 4 thành phần chính là: (1) Năng lực quản lý ĐMST (S); (2) Năng lực học hỏi và đầu tư cho ĐMST (I); (3) Năng lực tạo ra kết quả ĐMST (O) và (4) Năng lực thương mại hóa kết quả ĐMST (M). Cụ thể:

(1) Năng lực quản lý ĐMST (S) của DN, gồm: (i) Các yếu tố hỗ trợ việc tạo ra ý tưởng ĐMST như văn hóa khuyến khích việc tạo ra ý tưởng mới, văn hóa hợp tác chia sẻ kiến thức trong DN, văn hóa coi trọng ý tưởng đến từ bên ngoài, khả năng đưa ra ý tưởng mới từ bên trong DN, khả năng tìm kiếm ý tưởng mới từ bên ngoài DN; (ii) Các yếu tố hỗ trợ việc phát triển ý tưởng ĐMST như quy trình chọn lọc ý tưởng để phát triển, thái độ với rủi ro, khả năng hoàn thành đúng tiến độ dự án ĐMST, mức độ hào hứng của đội ngũ quản lý với các dự án ĐMST và (iii) Các yếu tố hỗ trợ việc lan tỏa ý tưởng ĐMST được thể hiện qua khả năng đưa thành quả ĐMST sớm ra thị trường so với các đối thủ cạnh tranh, và khả năng thương mại hóa các kết quả ĐMST đến khách hàng.

(2) Năng lực học hỏi và đầu tư cho ĐMST (I) của DN, gồm: (i) Năng lực học hỏi từ bên ngoài thể hiện qua mức độ cập nhật tri thức từ các nhà cung ứng, khách hàng, các trường đại học, viện nghiên cứu, các cơ quan chính phủ,

hiệp hội ngành nghề, triển lãm, hội chợ; (ii) Năng lực học hỏi nội bộ (Mức độ trao đổi tri thức trong nội bộ DN, đào tạo cho nhân viên); (iii) Mức độ đầu tư cho hoạt động R&D gồm: đầu tư cho R&D, mua máy móc, thiết bị mới và (iv) Nỗ lực ĐMST được thể hiện qua các dự án ĐMST đã triển khai, đã bị dừng hoặc từ bỏ, trì hoãn.

(3) Năng lực tạo ra kết quả ĐMST (O) của DN theo hướng gia tăng giá trị, gồm: (i) Kết quả ĐMST về sản phẩm; (ii) Kết quả ĐMST về quy trình; (iii) Kết quả ĐMST về tổ chức quản lý, và (iv) Kết quả ĐMST về marketing.

(4) Năng lực thương mại hóa kết quả ĐMST (M) của DN, gồm: (i) Mức độ đầu tư cho tiếp thị sản phẩm mới ra thị trường; (ii) Tác động của kết quả ĐMST đến kết quả hoạt động kinh doanh của DN như mức độ gia tăng doanh thu, thị phần, quan hệ với khách hàng và mức độ hài lòng của khách hàng.

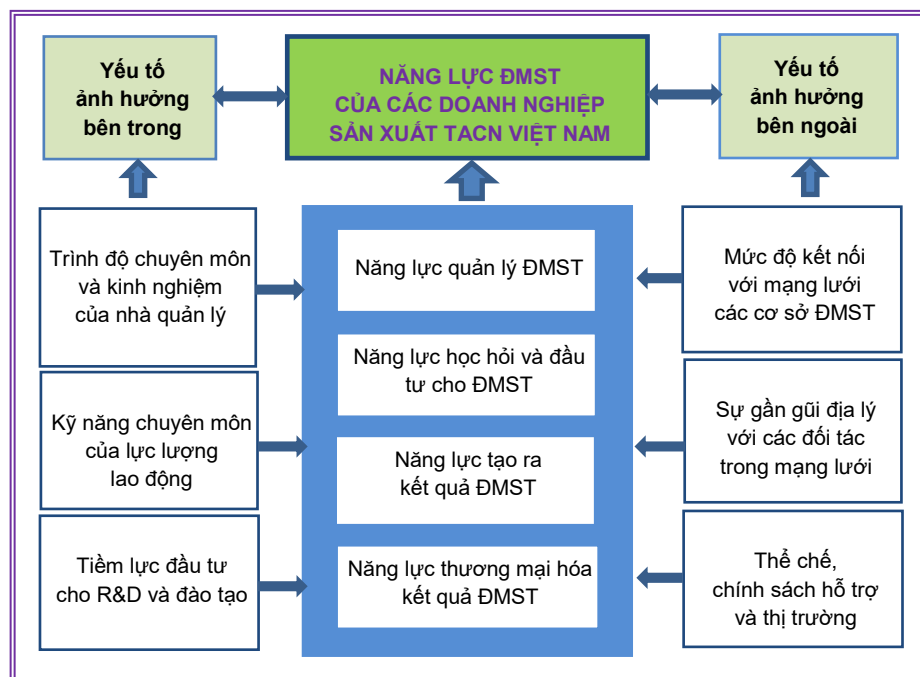
Để xây dựng khung phân tích năng lực ĐMST của các DN sản xuất TACN Việt Nam, ngoài 4 nội dung chính cấu thành năng lực ĐMST đã đề cập (Hình 2), cần nắm vững những đặc thù của ngành sản xuất TACN so với các ngành công nghiệp khác, đó là: (i) Là sản phẩm của ngành sản xuất TACN bao gồm các loại thức ăn công nghiệp phục vụ cho ngành chăn nuôi và là nhân tố chính ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe vật nuôi, giá thành sản phẩm chăn nuôi và chất lượng dinh dưỡng của sản phẩm chăn nuôi; (ii) Là ngành kinh doanh có điều kiện, DN sản xuất TACN phải tuân thủ các tiêu chuẩn, quy chuẩn quốc gia về chất lượng thức ăn chăn nuôi; (iii) Là ngành công nghiệp hỗ trợ cho ngành chăn nuôi, nguồn nguyên liệu chủ yếu là sản phẩm từ ngành sản xuất nông nghiệp, ngành thủy sản, ngành dược phẩm, do vậy nó tác động và chịu sự tác động rất lớn từ các ngành sản xuất khác. Vì vậy, ngành sản xuất TACN phát triển gắn liền với việc phát triển khoa học và công nghệ của ngành sản xuất khác; (iv) Công tác nghiên cứu khoa học, đổi mới công nghệ sản xuất TACN luôn được DN và Nhà nước thực hiện một cách đồng bộ trong mối quan hệ hỗ trợ và phát triển bền vững. Đối với các DN sản xuất TACN, quá trình nghiên cứu công thức pha trộn và sản xuất thức ăn nhằm tạo ra sản

phẩm mới, hạ giá thành, tạo ra sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ.

3. KẾT LUẬN

Để đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới cũng như đạt được mục tiêu đến năm 2045 trở thành nước phát triển, thu nhập cao, bên cạnh khát vọng lớn, quyết tâm cao, Việt Nam cần thực hiện thành công những chuyển đổi có ý nghĩa chiến lược. Điều này, đòi hỏi các DN Việt Nam nói chung và DN sản xuất TACN cần phải nâng cao năng lực ĐMST nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và phát triển kinh tế bền vững. Việc thực hiện ĐMST trong DN sản xuất TACN là tất yếu, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng trở nên sâu rộng. Bên cạnh đó, những ĐMST mang tính đột phá từ những đối thủ cạnh tranh trong ngành có thể tạo ra áp lực lớn hơn nhằm tìm ra con đường mới để phát triển của các DN. Do vậy, để tồn tại và phát triển, DN cần liên tục ĐMST ngay cả khi quá trình này diễn ra chậm. Muốn nâng cao năng lực ĐMST, DN cần nhận thức đúng về bản chất và phương thức thực hiện ĐMST.

Các yếu tố liên quan đến ĐMST trong DN sản xuất TACN Việt Nam sẽ quyết định chính sách thúc đẩy ĐMST cho DN. Ở nước ta hiện nay, nhận thức về ĐMST trong DN còn nhiều quan điểm khác nhau và cần có thời gian hoàn thiện. Thuật ngữ ĐMST trong DN liên quan không chỉ đến đổi mới sản phẩm, quy trình mà còn cả các hoạt động tiếp thị và tổ chức thực hiện. Vì vậy, ĐMST trong DN được xác định là phương thức mà DN thực hiện từ ý tưởng đến sản phẩm và thương mại hóa thành công trên thị trường. Còn “năng lực ĐMST trong DN” được xem là khả năng mà DN có thể biến ý tưởng sáng tạo kết hợp các nguồn lực đầu vào thành sản phẩm phù hợp với nhu cầu của thị trường cũng như bối cảnh thực tiễn đặt ra. Năng lực ĐMST của DN sản xuất TACN Việt Nam hiện còn hạn chế so với đối thủ cạnh tranh, nhất là DN có vốn đầu tư nước ngoài, các tập đoàn đa quốc gia. Điều này cho thấy việc làm sáng tỏ cơ sở lý luận và xây dựng được khung phân tích năng lực ĐMST của các DN này làm cơ sở cho các nghiên cứu thực nghiệm tiếp theo là rất quan trọng.



Hình 2. Khung phân tích năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi Việt Nam

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bạch Tân Sinh (2010). Báo cáo “Nghiên cứu hoàn thiện hệ thống chỉ số đổi mới và đánh giá thử năng lực đổi mới của doanh nghiệp ở hai ngành lựa chọn (chế tạo cơ khí và chế biến thực phẩm). Nhiệm vụ nghiên cứu khoa học cấp Bộ - Bộ Khoa học và Công nghệ. Truy cập từ http://203.191.52.10/ncpt/kq_chitiet_du.asp?id=112106 ngày 20/05/2025.
- Benn L., Samson D.A. & Roden S. (2012). Appropriating the Value from Innovation: Inimitability and The Effectiveness of Isolating Mechanisms. *R&D Management*. 42(5): 420-434.
- Blonigen B. & Taylor C. (2000). R&D Intensity and Acquisitions in High-Technology Industries: Evidence from the US Electronic and Electrical Equipment Industries. *Journal of Industrial Economics*, 48: 47-70.
- Bell A., Chetty R., Jaravel X., Petcova N. & Reenen J.V. (2017). Who Becomes an Inventor in America? The Importance of Exposure to Innovation. NBER Working Paper No. 24062.
- Bộ Chính trị (2024). Nghị quyết số 57-NQ/TW, ban hành ngày 22/12/2024 về “Đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia”.
- Caloghirou Y., Kastelli I. & Tsakanikas, A. (2004). Internal Capabilities and External Knowledge Sources: Complements or Substitutes for Innovative Performance? *Technovation*. 24(1): 29-39.
- Chen C.J. (2009). Technology Commercialization, Incubator and Venture Capital, and New Venture Performance, *Journal of Business Research*. 62(1): 93-103. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.11.016>.
- Chesbrough H. (2006). *Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape*, Harvard Business School Press.
- Chính phủ (2023). Quyết định số 1625/ QĐ-Ttg, ngày 15/12/2023 phê duyệt Đề án “Phát triển công nghiệp chế biến thức ăn chăn nuôi đến 2030”.
- Cooper R.G. (2003). Profitable Product Innovation: The Critical Success Factors. In: Shavinina, L.V., Ed., *The International Handbook on Innovation*, Elsevier, Oxford. pp. 139-157.
- Curran, J., & Blackburn, R. (1994). *Small Firms and Local Economic Networks: the Death of the Local Economy?*. Kingston University London.
- D’Aveni R.A. (1994). *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Manoeuvring*, New York: The Free Press.
- Dicken P. (1994). The Roepke Lecture in Economic Geography Global-Local Tensions: Firms and States in the Global Space-Economy, *Economic Geography*. 70(2): 101-128.
- Đảng Cộng sản Việt Nam (2021). Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia - Sự thật.

- Đinh Tuấn Minh, Cao Thu Anh & Đặng Thu Giang (2018). Xây dựng khung năng lực ĐMST cho khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa: Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam. *Tạp chí Chính sách và Quản lý Khoa học và Công nghệ*, 7(2): 20-37.
- Gamal D. (2011). How to Measure Organization Innovativeness? An Overview of Innovation Measurement Frameworks and Innovation Audit/Management Tools, Technology Innovation and Entrepreneurship Center. Link truy cập: <http://www.tiec.gov.eg/backend/Reports/MeasuringOrganizationInnovativeness.pdf>.
- Hoffman K., Milady P., John B. & Lew P. (1998). Small Firms, R&D, Technology and Innovation in the UK: A Literature Review. *Technovation*, 18(1): 39-55.
- Hyvönen S., Tuominen M. & Leena E. (2004). Effects of Market-Related Assets on Innovativeness and Operational Performance in SMEs, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(3): 167-177.
- Iddris F. (2016). Measurement of Innovation Capability in Supply, *International Journal of Innovation Science*, 8(4): 331-349.
- Lawson B. & Samson D. (2001). Developing Innovation Capability in Organisations: A Dynamic Capabilities Approach, *International Journal of Innovation Management*, 5(3): 377-400.
- Morgan R.E. & Carolyn A.S. (2003). Business performance and dimensions of strategic orientation, *Journal of Business Research*, 56(3): 163-176.
- OECD (2005). Oslo Manual-Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition. OECD Publishing.
- Panda H. & Ramanathan K. (1996). Technological Capability Assessment of a Firm in the Electricity Sector, *Technovation*, 16(10): 561-588.
- Phùng Xuân Nhạ & Lê Quân (2013). Đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội - Kinh tế và Kinh doanh*, 29(4): 1-11.
- Quốc Hội (2025). Luật số 93/2025/QH15: Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo, ban hành ngày 27/06/2025.
- Quốc hội (2013). Luật số 29/2013/QH13: Luật Khoa học và Công nghệ, ban hành ngày 18/06/2013.
- Romijn H. & Albaladejo M. (2002). Determinants of Innovation Capability in Small Electronics and Software Firms in Southeast England, *Research Policy*, 31: 1053-1067.
- Saxenian A. (1994). Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128, University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=1496715> on May 20, 2025.
- Saunila M. (2016). Performance Measurement Approach for Innovation Capability in SMEs, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(2): 162-176.
- Saunila M. & Ukko J. (2012). A Conceptual Framework for the Measurement of Innovation Capability and Its Effects, *Baltic Journal of Management*, 7 (4): 355-375.
- Schumpeter J. (1994). Capitalism, Socialism and Democracy. Routledge.
- Sen F. & Egelhoff W.G. (2000). Innovative Capabilities of a Firm and the Use of Technical Alliances, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 47(2): 174-183.
- Teece J.D. & Pisano G.P. (1994). The Dynamic Capabilities of Firms: An Introduction, *January Industrial and Corporate Change*, 3(3): 537-556.
- Tidd J., Bessant J. & Pavitt K. (2005). Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. John Wiley & Sons.
- VNR (2023). Top 10 Công ty thức ăn chăn nuôi uy tín năm 2023. Truy cập từ <https://vietnamreport.net.vn/Top-10-Cong-ty-Thuc-an-chan-nuoi-uy-tin-nam-2023-10730-1067.html>. ngày 20/05/2025.
- Vuong Q.H., Napier Nancy K., Vu H., Nguyen M.C. & Tran T.D. (2014). Measuring Corporate Innovation Capacity: Experience and Implications from I2Metrix Implementation in Vietnam. *ASEAN Journal of Management & Information*, 1(1): 1-17.
- Wang C.L. & Ahmed P.K. (2004). The Development and Validation of the Organizational, *European Journal of Innovation Management*, 7: 303-313.
- Yam R., Lo W., Tang E. & Lau A. (2011). Analysis of Sources of Innovation, Technological Innovation Capabilities, and Performance: An Empirical Study of Hong Kong Manufacturing Industries, *Research Policy*, 40(6): 391-402.
- Zahra S.A. & Covin J.G. (1994). The Financial Implications of Fit between Competitive Strategy and Innovation Types and Sources, *The Journal of High Technology Management Research*, 5: 183-211.