

THÚC ĐẨY ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CỦA DOANH NGHIỆP: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

● LƯƠNG THỊ NGỌC HÀ

TÓM TẮT:

Đổi mới sáng tạo (ĐMST) ngày càng có vai trò quan trọng trong nền kinh tế và là yếu tố nền tảng trong các lý thuyết tăng trưởng hiện đại. Kinh nghiệm từ các quốc gia khác, đặc biệt là các quốc gia thành công trong hỗ trợ và thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp có ý nghĩa lớn đối với Việt Nam. Bài viết đã tổng hợp kinh nghiệm quốc tế nổi bật về thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp, từ đó đề xuất một số khuyến nghị về chính sách nhằm thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam.

Từ khóa: đổi mới sáng tạo, kinh nghiệm quốc tế, doanh nghiệp Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Trong cuốn sách lịch sử kinh tế “The Unbound Prometheus: Technological Change and Industrial Development in Western Europe from 1750 to the Present” năm 1969, tác giả David S. Landes đã ví ĐMST như vị thần Hy Lạp cổ đại Prometheus, người đã giải phóng sức mạnh của lửa cho loài người để cho thấy vai trò thay đổi cuộc sống con người nói chung và nền kinh tế nói riêng của ĐMST. Nhiều kết quả nghiên cứu thực nghiệm cũng cho thấy, ĐMST là yếu tố then chốt đem lại sự phát triển thịnh vượng cho các quốc gia trên thế giới (Cirera, Xavier, and William F. Maloney, 2017).

Trong Văn kiện Đại hội XIII của Đảng năm 2021, lần đầu tiên cụm từ “đổi mới sáng tạo” (ĐMST) đã được sử dụng với tư cách là thuật ngữ riêng, hơn nữa, ĐMST còn được khẳng định là một trong những động lực chính của tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong giai đoạn 2020 - 2030. Thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp cũng là ưu tiên

chính sách của nhiều quốc gia trên thế giới bởi những lợi ích mà ĐMST của doanh nghiệp đem lại cho toàn bộ nền kinh tế, đặc biệt trong bối cảnh Cách mạng công nghệ 4.0, những thách thức từ tình hình thiên tai hay dịch bệnh Covid-19 như hiện nay. Kinh nghiệm từ các quốc gia khác, đặc biệt là các quốc gia thành công trong hỗ trợ và thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp có ý nghĩa lớn đối với Việt Nam. Do vậy, mục tiêu của nghiên cứu này nhằm tổng hợp kinh nghiệm quốc tế nổi bật về thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp, từ đó rút ra các bài học cho Việt Nam.

2. Kinh nghiệm quốc tế về ĐMST của doanh nghiệp

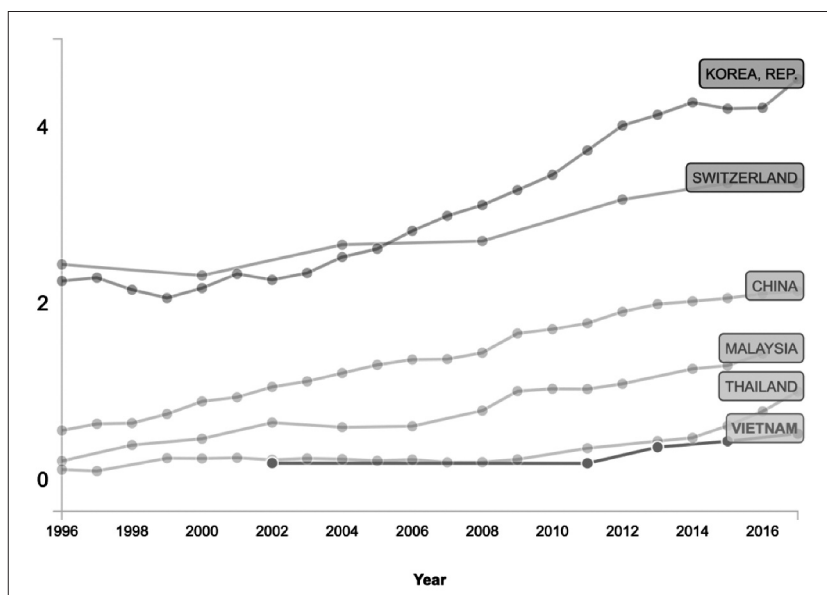
2.1. Tỷ lệ đầu tư cho nghiên cứu và phát triển (R&D) cao và vai trò chủ đạo của doanh nghiệp trong hoạt động R&D

Đặc điểm chung quan trọng của các quốc gia dẫn đầu về ĐMST trên thế giới và các quốc gia có tốc độ bắt kịp ĐMST nhanh là tỷ lệ đầu tư cho R&D

cao. Theo số liệu mới nhất của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) năm 2021, tỷ lệ đầu tư cho R&D so với GDP của Israel là 5,4%, đứng đầu thế giới và bỏ xa các quốc gia khác. Về tốc độ tăng chi tiêu cho R&D, Hàn Quốc là quốc gia có tốc độ tăng chi tiêu cho R&D nhanh nhất thế giới. Nếu năm 2000, tỷ lệ chi tiêu cho R&D của Hàn Quốc xấp xỉ so với trung bình của nhóm OECD là 2% thì tới năm 2021, tỷ lệ này của Hàn Quốc là 4,8%, đứng thứ hai thế giới. Kết quả là trong giai đoạn này, số lượng các bài báo công nghệ và khoa học của nước này tăng hơn 4 lần, số đăng ký nhãn hiệu tăng hơn 2 lần, góp phần giúp quốc gia này trở thành một trong những quốc gia ĐMST nhất thế giới hiện nay.

Trong khu vực, các quốc gia thành công về ĐMST đều có tỷ lệ chi tiêu cho R&D trong tổng GDP tăng qua các năm và hiện đã cao hơn nhiều so với Việt Nam. Năm 2017, tỷ lệ chi tiêu cho R&D trong tổng GDP chỉ đạt 0,53% trong khi đó tỷ lệ này của Trung Quốc, Malaysia hay Thái Lan lần lượt là 2,15%, 1,44% và 1%. Năm 2019, Trung Quốc đứng thứ 2 trên thế giới (chỉ sau Mỹ) về đầu tư cho R&D tính theo giá trị tuyệt đối, với 515 tỷ USD, tương đương 2,2% GDP (OECD. Số liệu về Tổng chi tiêu cho R&D năm 2021). (Biểu đồ 1)

Biểu đồ 1. Chi tiêu cho R&D theo tỷ lệ % GDP của một số nước trên thế giới năm 1996 - 2016



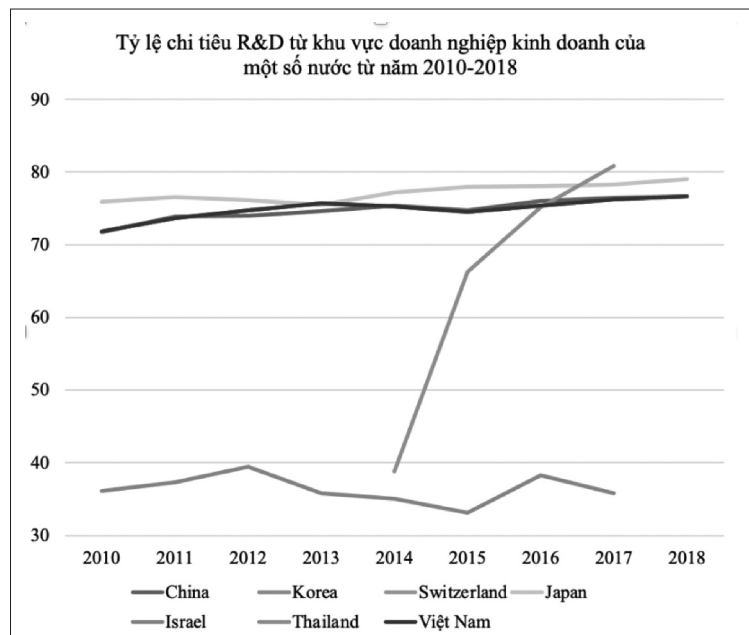
Nguồn: UNESCO Institute for Statistics

Bên cạnh đó, đầu tư vào R&D và ĐMST trong khu vực tư nhân, doanh nghiệp là một nguồn quan trọng của tiến bộ công nghệ (Romer, 1986). Ở các quốc gia ĐMST mạnh mẽ, chi tiêu từ nguồn doanh nghiệp đóng vai trò chủ đạo trong tổng chi tiêu cho R&D của cả nước. Tỷ lệ đóng góp cho chi tiêu R&D ròng của doanh nghiệp tại các quốc gia này đều từ 70 - 80%, ngoại trừ trường hợp đặc biệt của Israel khi nguồn chi tiêu R&D chủ yếu tới từ khu vực nước ngoài. Tỷ lệ đóng góp của doanh nghiệp vào tổng chi tiêu R&D của cả nước tại các quốc gia đang phát triển trong khu vực cũng tăng nhanh trong giai đoạn gần đây. Điển hình là Thái Lan với tỷ lệ vốn đầu tư cho R&D từ nguồn doanh nghiệp tăng mạnh dưới 40% năm 2014 lên trên 80% năm 2017. Tỷ lệ đóng góp cho chi tiêu R&D từ khu vực doanh nghiệp của Việt Nam cũng ở mức cao tương đương với các quốc gia phát triển và vẫn có xu hướng tăng nhẹ trong giai đoạn 2010 - 2018. Đây được đánh giá là điểm mạnh trong ĐMST của Việt Nam theo Chỉ số ĐMST Toàn cầu năm 2021 (GII 2021). (Biểu đồ 2)

Mặc dù chi tiêu cho R&D của doanh nghiệp ở Việt Nam đã tăng 8 lần trong giai đoạn 2011 - 2017, tỷ lệ chi tiêu cho R&D của doanh nghiệp so với GDP vẫn chỉ ở mức 0,4%, thấp hơn so với các nước ASEAN khác như Malaysia và Thái Lan (mức trung bình của OECD là 1,6%) (OECD, 2021, trang 11). Cùng với chi tiêu hạn chế cho R&D, ĐMST của nhóm doanh nghiệp ở Việt Nam hầu hết là “đổi mới tiết kiệm” (frugal innovation), ví dụ như thực hiện các sửa đổi nhỏ đối với các sản phẩm hiện tại để tiếp cận hơn với khách hàng có thu nhập thấp (OECD, 2021, trang 5).

Bên cạnh tỷ lệ đầu tư R&D cao, ở các quốc gia ĐMST thành công, doanh nghiệp cũng là chủ thể chính thực hiện R&D so với chính phủ, trường đại học, các tổ chức phi lợi nhuận tư nhân và nước ngoài. Tỷ lệ chi tiêu R&D do khu vực

Biểu đồ 2. Tỷ lệ chi tiêu cho R&D có nguồn vốn từ khu vực doanh nghiệp kinh doanh của một số nước từ năm 2010 - 2018



Nguồn: UNESCO Institute for Statistics

doanh nghiệp kinh doanh thực hiện ở các quốc gia dẫn đầu thế giới về ĐMST đều từ 70 - 90%, trong đó Israel luôn là quốc gia có tỷ lệ cao nhất thế giới từ năm 2010 đến nay. Tại Việt Nam, tỷ lệ chi tiêu cho R&D do doanh nghiệp tiến hành cũng tăng mạnh mẽ trong giai đoạn gần đây, từ dưới 30%

năm 2011 lên trên 70% năm 2017. Ngược lại, chính phủ ngày càng ít trực tiếp thực hiện các hoạt động R&D với tỷ lệ thực hiện giảm từ gần 60% năm 2011 xuống gần 10% năm 2017. (Biểu đồ 3)

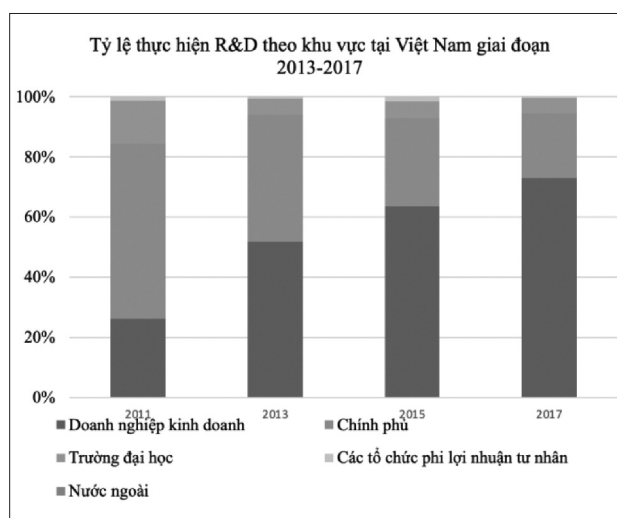
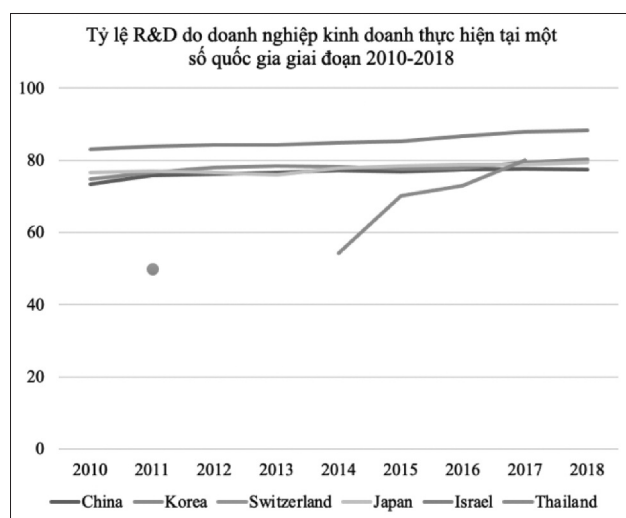
Mặc dù tỷ lệ chi tiêu cho R&D từ khu vực doanh nghiệp và tỷ lệ chi tiêu R&D do doanh nghiệp thực hiện của Việt Nam đều cao, nhưng dường như nguồn chi tiêu và hoạt động R&D chủ yếu tới từ nhóm doanh nghiệp nước ngoài khi nhìn vào kết quả ĐMST đạt được. Tỷ lệ đơn xin cấp bằng sáng chế của cá nhân và tổ chức trong nước ở Việt Nam tăng không đáng kể trong giai đoạn 2010 - 2020 và chỉ đạt 13% năm 2020. Tỷ lệ này rất thấp so với các quốc gia ĐMST hàng đầu như Thụy Sĩ, Trung Quốc, Hàn Quốc (từ 70 - 90%). (Biểu đồ 4)

2.2. Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao

2.2.1. Giáo dục đại học

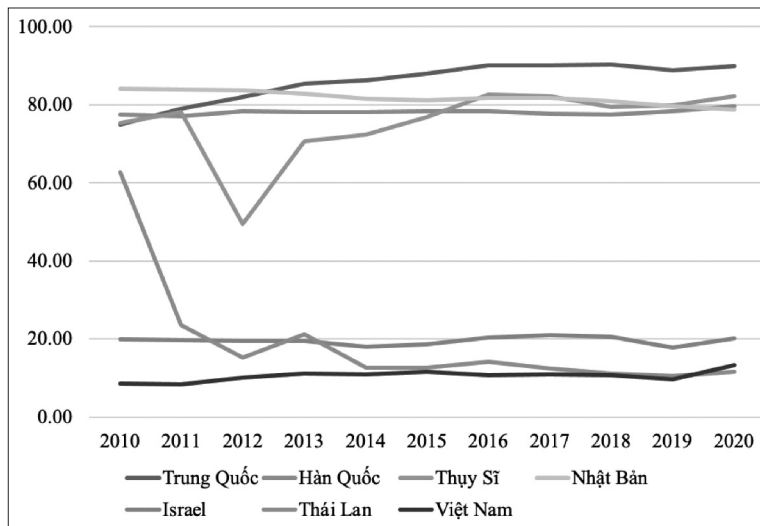
Theo lý thuyết tăng trưởng nội sinh, vốn con người là động cơ của quá trình đổi mới (ví dụ, Romer, 1990; Aghion và Howitt, 1992; Acemoglu, 1996; Aghion và Howitt, 1998). Tuy nhiên, lực lượng lao động có trình độ sơ cấp và trung học được

Biểu đồ 3. Tỷ lệ chi tiêu R&D do doanh nghiệp thực hiện



Nguồn: UNESCO Institute for Statistics

Biểu đồ 4. Tỷ lệ đơn cấp bằng sáng chế do cá nhân và tổ chức trong nước thực hiện ở một số quốc gia



Nguồn: World Intellectual Property Organization (WIPO)

coi là chỉ tạo điều kiện cho việc bắt chước công nghệ hiện có, trong khi đó, lao động có trình độ đại học có thể thúc đẩy việc áp dụng công nghệ mới và dẫn đến tăng trưởng kinh tế bền vững hơn (Vandenbussche et al., 2006; Aghion et al., 2009; Hunt and Gauthier-Loiselle, 2010; Castello-Climent and Mukhopadhyay, 2013). Theo Vandenbussche và cộng sự (2006), lực lượng lao động có trình độ học vấn cao hơn không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tạo ra các công nghệ mới mà còn làm tăng năng lực của quốc gia trong việc áp dụng các công nghệ đã được phát triển ở những nơi khác. Những kỹ năng này yêu cầu tư duy chuyên gia và những giao tiếp phức tạp ("công việc không theo quy trình") có được thông qua giáo dục cấp cao (higher education) (Levy và Murnane 2005).

Bên cạnh đó, một số nghiên cứu đã cho thấy tác động tích cực của việc mở rộng giáo dục đại học và chất lượng giáo dục đại học tới ĐMST của doanh nghiệp (Dongmin Kong và cộng sự, 2022; Pan, Xia và cộng sự, 2020). Sử dụng số liệu gồm 1.268 công ty đại chúng của Trung Quốc từ năm 1999 đến năm 2009, nghiên cứu của Dongmin Kong và cộng sự cho thấy, mở rộng giáo dục đại học làm tăng nguồn nhân lực đổi mới của công ty như số lượng nhân viên có trình độ học vấn và các nhà phát minh. Nghiên cứu cũng đánh giá đổi mới công nghệ là cơ chế mà qua đó giáo dục đại học ảnh hưởng đến

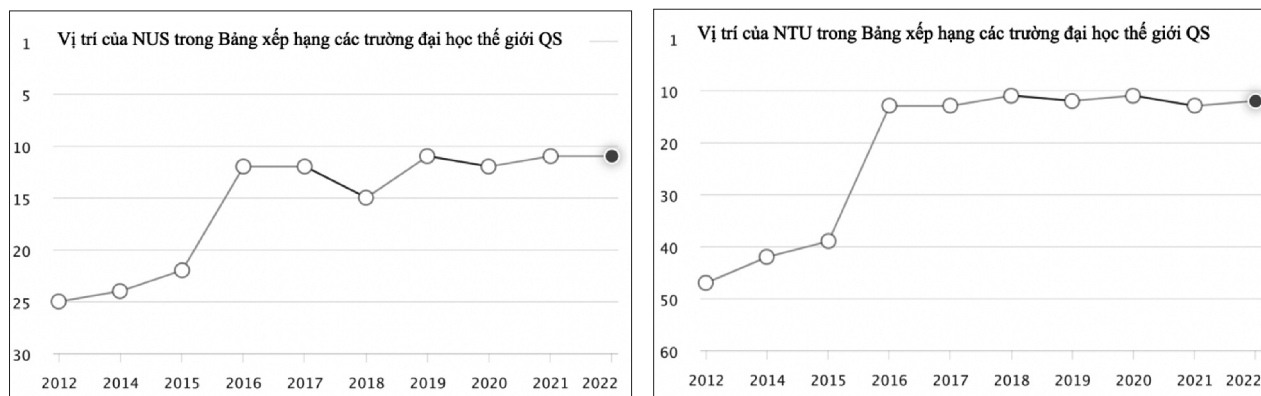
tăng trưởng năng suất và từ đó ảnh hưởng đến nền kinh tế (Dongmin Kong và cộng sự, 2022).

Kết quả nhiều nghiên cứu và kinh nghiệm quốc tế cho thấy chính sách công đóng một vai trò quan trọng trong việc nâng cao đầu ra và chất lượng của giáo dục đại học. Theo Cecile Hoareau, Jo Ritzen và Gabriele Marconi, có mối tương quan chặt chẽ giữa 2 yếu tố chính sách là nguồn đầu tư và khả năng tự chủ với chất lượng giáo dục của trường đại học nói riêng và đối với đổi mới kinh tế nói chung. Dựa trên số liệu từ 32 quốc gia châu Âu, các tác giả đưa ra công thức về mối quan hệ giữa các yếu tố như sau:

Điểm số giáo dục đại học = $0.26 * \text{đầu tư} + 0.02 * \text{tự chủ chính sách} + 0.10 * \text{tự chủ quản lý}$ (Hoareau, C., Ritzen, J. & Marconi, G. (2013), trang 18).

Thành công điển hình về chính sách tự chủ giáo dục có thể thấy ở Singapore. Từ năm 2004 đến năm 2006, Singapore đã tiến hành hai cuộc đánh giá liên tiếp với mục đích chuyển các trường đại học công lập của Singapore thành các cơ sở tự chủ và chuyên sâu về nghiên cứu đáp ứng với bối cảnh học thuật toàn cầu ngày càng cạnh tranh và đạt được đẳng cấp thế giới. Từ kết quả đánh giá, tài trợ cho nghiên cứu học thuật tăng đáng kể cùng với sự ra đời của Hội đồng Nghiên cứu Học thuật và các Trung tâm Nghiên cứu Xuất sắc (RCEs). Năm RCEs được thành lập trong 2 trường đại học lớn nhất của Singapore - Đại học Quốc gia Singapore (NUS) và Đại học Công nghệ Nanyang (NTU) - để thu hút các nhà điều tra học thuật đẳng cấp thế giới, đào tạo tài năng nghiên cứu chất lượng cao và tạo ra kiến thức mới trong các lĩnh vực cụ thể của mỗi trung tâm. Trong quá trình này, vị thế quốc tế của các trường đại học Singapore đã tăng lên đáng kể (Lim Chuan Poh (2016), trang 135). Trong vòng 10 năm từ 2012 - 2022, NTU đã tăng từ vị trí 25 lên 11, NUS tăng từ vị trí 47 lên 12 trong Bảng xếp hạng các trường đại học thế giới QS. Từ năm 2013 đến nay, Giáo dục đại học của Singapore luôn đứng ở vị trí số 1 hoặc số 2 trên thế giới theo bộ Chỉ số ĐMST toàn cầu GII. (Biểu đồ 5)

Biểu đồ 5. Vị trí của một số trường đại học hàng đầu của Singapore trong Bảng xếp hạng các trường đại học thế giới QS



Nguồn: Bảng xếp hạng các trường đại học thế giới QS

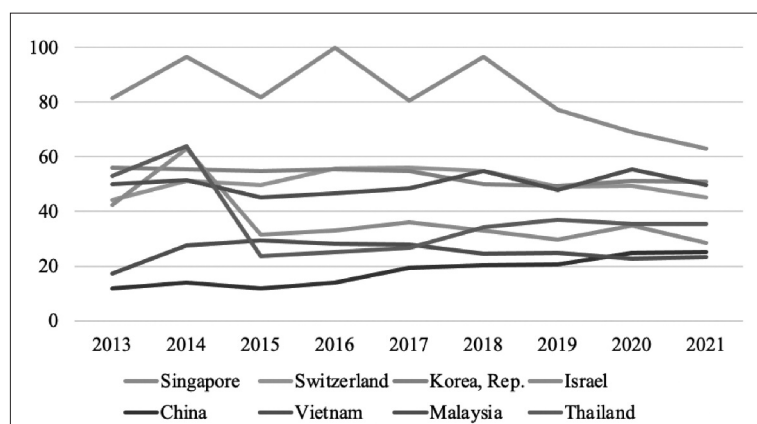
Trong khi đó, giáo dục đại học của Việt Nam vẫn còn bị đánh giá thấp và còn có xu hướng giảm nhẹ trong những năm vừa qua. Năm 2021, giáo dục Đại học của Việt Nam đứng thứ 90 trong tổng số 132 quốc gia trong Chỉ số ĐMST toàn cầu, tụt 3 hạng so với năm 2020 và thấp nhất trong vòng 8 năm kể từ năm 2014. Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp các ngành khoa học và kỹ sư của Việt Nam cũng thấp và giảm từ 24% năm 2014 xuống 22,7% năm 2021. Tính đến năm 2022, Việt Nam mới có 4 trường được xếp hạng trong Bảng xếp hạng QS, trong đó, 2 trường đại học nằm trong nhóm 1.000 đại học tốt nhất thế giới. (Biểu đồ 6)

2.2.2. Giáo dục tinh thần khởi nghiệp

Giáo dục về tinh thần kinh doanh chuẩn bị cho các cá nhân các kỹ năng kinh doanh sáng tạo để có được cơ hội cũng như thiết lập tốc độ của nền kinh tế mới thông qua việc hình thành hoạt động kinh doanh mới. Giáo dục về tinh thần kinh doanh, cốt lõi là giáo dục mọi người về xây dựng kỹ năng trong các lĩnh vực như đàm phán, lãnh đạo, phát triển sản phẩm mới, tư duy sáng tạo và đổi mới, cũng như nhận thức về khởi nghiệp như một lựa chọn nghề nghiệp (McMullen & Long, 1987; Vesper & McMullen, 1988; Hill, 1988; Donckels, 1991 được trích dẫn bởi Kuratko, 2003).

Ở Malaysia, từ năm 2011, giáo dục khởi nghiệp đã trở thành môn học bắt buộc và phải được giảng

Biểu đồ 6. Điểm số đánh giá Giáo dục đại học trong bộ Chỉ số ĐMST toàn cầu GII của một số quốc gia



Nguồn: Chỉ số ĐMST toàn cầu GII (WIPO)

dạy bởi tất cả giáo viên tiểu học (Munirah Abd Hamid (2013), trang 4). Các môn học khởi nghiệp cũng bắt buộc đối với tất cả sinh viên các ngành khác nhau tại các trường đại học công lập trên toàn quốc (Yusoff, Zainol, & Ibrahim, 2014).

2.3. Thúc đẩy ĐMST từ phía cầu thông qua mua sắm công

Trong 20 năm trở lại đây, các chính sách ĐMST từ phía cầu, cụ thể là khuyến khích đổi mới thông qua mua sắm công ngày càng được quan tâm. Từ những năm 2000, hàng loạt báo cáo và văn bản chính sách nhấn mạnh nhu cầu sử dụng công cụ từ phía cầu bên cạnh các công cụ từ phía cung để đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội và R&D (European Commission, 2003; Kok, 2004; Edler et al., 2005; Aho et al., 2006; Edler và Georgiou

2007). Khái niệm sử dụng chỉ tiêu công như một công cụ chính sách ĐMST không phải mới khi nhiều nghiên cứu từ những năm 1970 đã khuyến nghị về tiềm năng của nhu cầu công trong việc khuyến khích ĐMST (Mowery và Rosenberg 1979; Rothwell và Zegveld 1981; Geroski 1990). Thậm chí, Geroski (1990) kết luận mua sắm công có thể là một công cụ hiệu quả hơn nhiều để kích thích sự đổi mới so với trợ cấp R&D.

Hiện nay, mua sắm công đã trở thành công cụ chính sách phổ biến để thúc đẩy ĐMST nói chung và ĐMST của doanh nghiệp nói riêng. Tại châu Âu, mua sắm công và các quy định, tiêu chuẩn mua sắm công là một phần trọng tâm của chính sách ĐMST (Ủy ban châu Âu 2010a, 2010b; OECD 2011; Chỉ thị 2014/24/EU 2014). Trong nghiên cứu của OECD về mua sắm chiến lược phục vụ cho đổi mới phát triển 2015, gần 80% các quốc gia tham gia khảo sát hưởng ứng chương trình mua sắm công cho đổi mới và 50% đã phát triển một kế hoạch hành động để thực hiện mua sắm cho đổi mới (OECD, 2017). Những ví dụ cụ thể về thành công trong việc sử dụng công cụ mua sắm công để thúc đẩy ĐMST doanh nghiệp có thể tìm thấy ở hầu hết các quốc gia châu Âu.

Các quốc gia sử dụng nhiều biện pháp khác nhau để hỗ trợ mua sắm cho đổi mới, hầu hết là các công cụ chính sách, quy định hoặc công cụ pháp lý trực tiếp hoặc gián tiếp ảnh hưởng quá trình lựa chọn và mua sắm. Ví dụ: Brazil đã đặt tỷ lệ định giá cao hơn lên tới 25% cho các sản phẩm sáng tạo địa phương, trong khi ở Hàn Quốc, 10% chi phí mua sắm sản phẩm từ doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) của tổ chức công sẽ dành cho Sản phẩm công nghệ mới (Lember và cộng sự (2014), trang 6).

Các chương trình mua sắm hỗ trợ phát triển này không phải là phương thức được áp dụng ở riêng khu vực OECD mà ở nhiều nước khác nhau với các mức độ phát triển và thu nhập khác nhau. Các chương trình được đưa ra để đáp ứng nhu cầu trực tiếp của Chính phủ (ví dụ: Chương trình sản phẩm công nghệ mới ở Hàn Quốc), xác nhận một số công nghệ được xã hội mong muốn (ví dụ: các chương trình chuyển đổi thị trường trong năng lượng ở Thụy Điển và Hoa Kỳ) hoặc thúc đẩy một số lĩnh vực công nghiệp chiến lược vì lý do cạnh tranh (ví dụ: phát triển ngành Công nghiệp dược phẩm ở Brazil,

chương trình Năng lực ngành công nghiệp ưu tiên trong quốc phòng ở Úc).

Thành công điển hình từ chính sách hỗ trợ ĐMST bằng mua sắm công là chương hỗ trợ của Chính phủ Mỹ đối với các doanh nghiệp tiên phong trong kỷ nguyên vũ trụ của Space Angels. Theo báo cáo năm 2019 của Space capital, công ty tư nhân tiên phong về hàng không vũ trụ hiện nay của Mỹ, SpaceX, hoạt động với tổng số tiền tài trợ khoảng 1 tỷ đô la trong 10 năm đầu hoạt động, khoảng một nửa trong số đó đến từ các khoản thanh toán theo tiến độ cho các hợp đồng chính phủ (Space capital, 2019, trang 2). Với sự hỗ trợ và hợp tác từ Cơ quan Quản lý hàng không và vũ trụ quốc gia NASA, SpaceX đã đạt được thành công đầu tiên với việc đưa tàu vũ trụ Dragon capsule của họ đến Trạm vũ trụ quốc tế vào năm 2012. Năm 2021, SpaceX tiếp tục thành công với các dự án chính phủ khi đã giành được hợp đồng trị giá 2,9 tỷ USD của NASA để chế tạo tàu đổ bộ lên mặt trăng. Một ví dụ khác từ một quốc gia gần gũi hơn trong khu vực là Malaysia. Các chính sách của chính phủ Malaysia đã có những tác động không nhỏ tới việc tạo động lực và cơ hội cho các công ty Malaysia tiến hành các chương trình đổi mới thông qua mua sắm công. Dự án thành công có thể kể tới là trường hợp hộ chiếu điện tử. Malaysia là quốc gia đầu tiên trên thế giới áp dụng hộ chiếu điện tử từ năm 1998 (Mohd Jamal Kamdi, 2004). Công ty tiên phong, Tập đoàn IRIS Group của Malaysia, đã trở thành một công ty toàn cầu cung cấp giải pháp hộ chiếu điện tử cho hơn 12 quốc gia (Khairul Naim Adham, 2014).

Tại Việt Nam, các chính sách thúc đẩy ĐMST hiện nay vẫn còn tập trung chủ yếu vào hướng cung. Báo cáo chính sách doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) và khởi nghiệp tại Việt Nam năm 2021 của OECD nhận định, “Nhìn chung, chính sách hỗ trợ đổi mới sáng tạo chủ yếu tập trung vào các biện pháp phía cung, trong khi ít chú ý đến việc xây dựng năng lực đổi mới ở cấp độ doanh nghiệp để tăng cường năng lực của các DNNVV trong việc tiếp thu công nghệ bên ngoài (phía cầu).” (OECD, 2021, trang 14). Mặt khác, một số nghiên cứu trong nước cho thấy cản trở lớn tới ĐMST của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là từ thị trường và nhu cầu chứ không còn là vấn đề vốn hay năng lực. Kết

quả nghiên cứu của Cirera năm 2021 cho thấy, trở ngại lớn nhất đối với việc áp dụng và sử dụng công nghệ đối với doanh DNNVV ở Việt Nam là thiếu nhu cầu và không chắc về hiệu quả khi 75% doanh nghiệp DNNVV được điều tra lựa chọn nguyên nhân này, cao hơn so với vấn đề thiếu năng lực (gần 60%) và thiếu tài chính (gần 50%) (Cirera và cộng sự, 2021, trang 25-26). Gần đây nhất trong Báo cáo Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) năm 2021, 69% doanh nghiệp được điều tra cho biết tìm kiếm khách hàng là vấn đề khó khăn lớn nhất mà doanh nghiệp gặp phải, cao hơn so với vấn đề tiếp cận vốn (47%) hay thị trường biến động (32%).

Tóm lại, kinh nghiệm quốc tế cho thấy, mua sắm công là công cụ chính sách được sử dụng rộng rãi và thành công trong việc thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp trên thế giới. Nhu cầu và những quy định từ mua sắm công thúc đẩy doanh nghiệp chủ động ĐMST, phát triển sản phẩm ở các lĩnh vực mang lại lợi ích cho quốc gia và có tiềm năng thương mại lớn.

3. Một số khuyến nghị chính sách

Từ kinh nghiệm quốc tế và thực trạng của Việt Nam, tác giả khuyến nghị một số chính sách nhằm thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp ở Việt Nam.

- Tăng tổng chi tiêu trong nước cho R&D, đặt mục tiêu tỷ lệ chi tiêu cho R&D so với GDP bằng các nhóm nước ĐMST nhanh trong khu vực (1 - 2%).
- Khuyến khích doanh nghiệp tiến hành hoạt

động R&D, đặc biệt thông qua mối liên kết theo ngành dọc và theo ngành ngang với các doanh nghiệp nước ngoài. Thúc đẩy mối liên kết ĐMST giữa Doanh nghiệp - Trường đại học - Viện nghiên cứu. Tham khảo chính sách gián tiếp cho doanh nghiệp thông qua nguồn vốn R&D vào các trường đại học.

- Nâng cao chất lượng giáo dục đại học, tăng tỷ lệ học đại học và đào tạo nghề, nâng cao tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp các ngành khoa học và kỹ sư. Đặt mục tiêu Chỉ số giáo dục đại học của Việt Nam cải thiện Chỉ số đổi mới toàn cầu GII lên vị trí 75-80.

- Tăng đầu tư và trao quyền tự chủ về tài chính và quản lý cho các trường đại học, phát triển các trung tâm nghiên cứu trong một số trường đại học lớn định hướng nghiên cứu như Đại học Quốc gia Hà Nội, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Bách Khoa Hà Nội.

Thúc đẩy ĐMST doanh nghiệp từ phía cầu thông qua chi tiêu công. Xây dựng các chương trình, dự án mua sắm công với những quy định và yêu cầu nhằm thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp trong nước, đồng thời phù hợp những mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường.

Khuyến khích các doanh nghiệp trong nước mua bán, sử dụng các sản phẩm và dịch vụ mới của các doanh nghiệp nội địa. Xây dựng cơ chế phản hồi về sản phẩm và dịch vụ ĐMST của doanh nghiệp nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp hoàn thiện sản phẩm và tiến hành thương mại hóa trên diện rộng hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Aho,Esko,JozefCornu,LukeGeorghiou, andAntoniSubira.(2006). Creating an Innovative Europe. Report of the Independent Expert Group on R&D and Innovation appointed following the Hampton Court Summit.
2. Chính phủ (2022). Nghị quyết số 02/NQ-CP về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2022, <<https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/Uploads/2022/1/7/20/NQ-02-CP.pdf>>
3. Cirera, X. et al. (2021). *Firm-Level Technology Adoption in Vietnam*, The World Bank (Policy Research Working Papers). doi: 10.1596/1813-9450-9567.
4. Dongmin Kong, Bohui Zhang, Jian Zhang (2022). Higher education and corporate innovation, *Journal of Corporate Finance*, Volume 72, 2022, 102165, ISSN 0929-1199.
5. Edler,Jakob, andJillianYeow.(2016). Connecting Demand and Supply: The Role of Intermediation in Public Procurement of Innovation. *Research Policy* 45 (2):414-426. doi:10.1016/j.respol.2015.10.010

6. Edler, Jakob, and Luke Georghiou.(2007). Public Procurement and Innovation-Resurrecting the Demand Side. *Research Policy* 36 (7):949-963. doi:10.1016/j.respol.2007.03.003
7. European Commission(2003). Investing in research: an action plan for Europe. Brussels. [online] Available at: https://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/investing_en.pdf.
8. European Commission. (2010a). Europe 2020 Flagship Initiative: Innovation Union. Brussels.[online] Available at: <https://www.kowi.de/Portaldata/2/Resources/fp/com-2010-innovation-union.pdf>.
9. European Commission.(2010b).Europe 2020: A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth: Communication from the Commission. Brussels.[online] Available at: http://aei.pitt.edu/42633/1/com2010_2020en01_straetry.pdf.
10. Geroski,Paul A.(1990). Procurement Policy as a Tool of Industrial Policy. *International Review of Applied Economics* 4 (2):182-198. doi:10.1080/758523673
11. Hoareau, C., Ritzen, J. & Marconi, G. (2013). Higher education and economic innovation, a comparison of European countries, *IZA J Labor Stud* 2,24 (2013). <https://doi.org/10.1186/2193-9012-2-24>.
12. Kok,Wim.(2004). *Facing the Challenge: The Lisbon Strategy for Growth and Employment. Report from the High Level Group Chaired by Wim Kok*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
13. Kuratko, D. (2003). Entrepreneurship Education: Emerging trends and challenges for the 21st century, Coleman White Paper Series. [online] Available at: http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_ed.pdf.
14. Lim Chuan Poh (2016). *From Research to Innovation to Enterprise: The Case of Singapore*, Chapter 10 in Global Innovation Index 2016-Winning with Global Innovation, WIPO, Cornell University, INSEAD.
15. Malaysia National Economic Advisory Council (2010). New Economic Model for Malaysia Part 1. [online] Available at: https://www.pmo.gov.my/dokumenattached/NEM_Report_I.pdf
16. Malaysias The economic planning unit Prime Ministers department Putrajaya (2010), The 10th Malaysia Plan. [online] Available at: https://www.pmo.gov.my/dokumenattached/RMK/RMK10_E.pdf
17. Mohd Jamal Kamdi (2022),The malaysian electronic passport, [online] Available at: <https://www.icao.int/Meetings/FAL12/Documents/Malaysia.pdf>
18. Mowery,David, andNathanRosenberg (1979). The Influence of Market Demand upon Innovation: A Critical Review of Some Recent Empirical Studies. *Research Policy* 8 (2):102-153. doi:10.1016/0048-7333(79)90019-2.
19. Munirah Abd Hamid (2013). *Entrepreneurship Education: The Implementation in Year 1 Primary School Curriculum in Malaysia: A Case Study of One District in East Peninsular Malaysia*, PhD thesis, University of York.
20. OECD (2017). Public procurement for innovation: good practices and strategies, [online] Available at: https://read.oecd-ilibrary.org/governance/public-procurement-for-innovation_9789264265820-en?fbclid=IwAR2uKckjsZS3sXyPuimh-q8Hh-bWWugpkM1mASjLjGO-EI2T09hIV62mV3.
21. OECD (2021). Báo cáo chính sách DNNVV và khởi nghiệp tại Việt Nam. Tổng quan đánh giá và kiến nghị chính sách, <<https://doi.org/10.1787/30c79519-en>>
22. OECD (2021). Số liệu Tổng chi tiêu cho R&D năm 2021, <<https://data.oecd.org/rd/gross-domestic-spending-on-r-d.htm>>
23. OECD. (2011). *Demand-side Innovation Policies*. OECD Publishing.
24. Pan, Xia; Gao, Yuning; Guo, Dong; Cheng, Wenxin (2020). Does Higher Education Promote Firm Innovation in China?, *Sustainability*, 12(18), 7326-.doi:10.3390/su12187326
25. QS World University Rankings (2022). [online] Available at: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2022>
26. Rothwell,Roy, andWalterZegveld.(1981). *Industrial Innovation and Public Policy: Preparing for the 1980s and the 1990s*. London: Frances Pinter.

27. Space capital (2019). US government support of the entrepreneurial space age - 2019, [online] Available at: <https://www.spacecapital.com/publications/us-government-support-of-entrepreneurial-space-age-nasa-jpl#:~:text=The%20modern%20space%20economy%20is,and%20creating%20a%20dynamic%20marketplace>
28. UNESCO Institute of Statistics, Số liệu Khoa học, công nghệ và Đổi mới sáng tạo, < <http://uis.unesco.org/> >
29. Veiko Lember & Rainer Kattel & Tarmo Kalvet, (2014). How Governments Support Innovation Through Public Procurement: Comparing Evidence from 11 Countries, in: *Veiko Lember & Rainer Kattel & Tarmo Kalvet (ed.), Public Procurement, Innovation and Policy*, edition 127, chapter 0, pages 287-309, Springer.
30. World Intellectual Property Organization WIPO, Chỉ số đổi mới sáng tạo ĐMST toàn cầu GII các năm, <https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/>
31. Yusoff, M., Zainol, F., & Ibrahim, M. (2014), Entrepreneurship education in Malaysias public institutions of higher learning: A review of the current practices, *International Education Studies*, 8, 17-28.

Ngày nhận bài: 3/5/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/5/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/5/2022

Thông tin tác giả:

ThS. LƯƠNG THỊ NGỌC HÀ

Email: haluong@gmail.com

PROMOTING INNOVATION OF ENTERPRISES: INTERNATIONAL EXPERIENCES AND LESSONS LEARNT OF VIETNAM

● MA. LUONG THI NGOC HA

ABSTRACT:

Innovation plays an increasingly important role in the economy and it is a fundamental element in modern growth theories. Experiences from other countries, especially those that are successful in supporting and promoting innovations of enterprises, are of great significance to Vietnam. This paper summarises outstanding international experiences from some countries in promoting innovation of enterprises and proposes some policy recommendations to promote innovation of Vietnamese enterprises.

Keywords: innovation, international experience, Vietnamese enterprises.