

29/2013/QH13, ngày 18 tháng 6 năm 2013) đã chỉ rõ: “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”.

Qua các định nghĩa nêu ở trên ta thấy có vấn đề cần hiểu rõ hơn, đó là:

- Đổi mới sáng tạo là quá trình và kết quả của hai việc “tạo ra và ứng dụng” thành tựu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, giải pháp quản lý. Tất nhiên, giải pháp kỹ thuật, công nghệ hay quản lý phải có tính mới, trước hết so với chính của công ty, sau đó là so với trong ngành, trong nước thậm chí quốc tế!

ĐMST là quá trình tạo ra một sản phẩm (hoặc sản phẩm dịch vụ) mới, đổi mới quy trình, công nghệ hay đổi mới phương pháp tiếp thị, phương pháp tổ chức mới,... Tức là có thể mang cả khía cạnh công nghệ và phi công nghệ (mô hình kinh doanh, marketing, thị trường...).

ĐMST phải mang lại việc nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa của công ty. Và từ đó nâng cao hiệu quả phát triển kinh tế - xã hội (nói rộng hơn là có thể mang lại hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội nhân văn hay môi trường...).

Tóm lại, ĐMST là quá trình chuyển ý tưởng, tri thức thành một kết quả cụ thể như sản phẩm, dịch vụ, quy trình... mang lại lợi ích gia tăng cho kinh tế xã hội. Chức năng của ĐMST chính là đưa sự sáng tạo và tính mới thâm nhập vào hệ thống KTXH nhằm tạo ra giá trị mới. Như vậy, ĐMST phải xuất phát từ nguồn tri thức, ý tưởng của tất cả nhân viên công ty, của toàn xã hội mà phần lớn dựa vào các kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ, từ khu vực các viện nghiên cứu, trường đại học trong và ngoài nước.

2. Phân loại đổi mới sáng tạo

Phân loại theo loại hình ĐMST

Đổi mới sáng tạo được phân chia thành 4 loại hình (theo OECD), bao gồm: ĐMST sản phẩm, quy trình hoạt động, hệ thống quản lý và các hoạt động marketing.

ĐMST sản phẩm là sản xuất và giới thiệu một sản phẩm mới hoặc sản phẩm hiện có được cải tiến các đặc tính hoặc mục đích sử dụng... vốn có của nó. Như vậy, bên cạnh ra mắt sản phẩm hoàn toàn mới, thì có thể cải tiến công năng, chi tiết kỹ thuật, thay đổi thành phần, nguyên liệu hoặc phần mềm tích hợp,... các sản phẩm hiện có.

ĐMST quy trình là việc thực hiện phương pháp sản xuất hoặc phân phối mới hoặc cải tiến. Điều này bao gồm thay đổi kỹ thuật, thiết bị, hoặc phần mềm,...

ĐMST hệ thống quản lý bao gồm việc thực hiện một phương pháp tổ chức mới trong thực tiễn sản xuất kinh doanh, hay cơ cấu lại tổ chức nội bộ hay quan hệ với bên ngoài doanh nghiệp...

ĐMST hoạt động marketing là việc thực hiện một phương pháp marketing mới liên quan đến sự thay đổi đáng kể trong thiết kế sản phẩm, bao bì hoặc thị trường mới, quảng bá, giá cả sản phẩm, phương thức bán hàng mới,...

Phân loại theo cấp độ ĐMST

Theo cách phân loại này, ĐMST thường được chia thành 2 hoặc 3 loại:

ĐMST tuần tự (từ từ, tiệm tiến): là ĐMST đưa ra những cải tiến nhỏ nhưng có tác động đáng kể tới các sản phẩm và dịch vụ hiện có.

ĐMST đột biến/đột phá: loại ĐMST nhằm ứng dụng những công nghệ hiện có vào một thị trường mới hoặc ứng dụng một công nghệ mới vào thị trường hiện có....

ĐMST căn bản: loại ĐMST này nhằm thay đổi thị trường hiện có và tạo ra một thị trường hoàn toàn mới. Đây là ĐMST ở mức độ thay đổi cao.

Từ sự phân loại ĐMST như trên, các doanh nghiệp có thể lựa chọn một hoặc đồng thời các loại ĐMST khác nhau, tùy thuộc vào thực tế thị



Các doanh nghiệp Khởi nghiệp ĐMST thành công ở Nghệ An



trường cũng như chiến lược kinh doanh và thực lực của mình cho phù hợp.

3. Tác động của đổi mới sáng tạo

ĐMST tác động đến mọi mặt của doanh nghiệp, và mức độ tác động tùy thuộc vào cách chọn loại hình ĐMST cũng như cấp độ ĐMST. Nếu như ở ĐMST tuần tự tác động của nó có thể ít được cảm nhận rõ ràng, nhưng ĐMST đột phá thì nó sẽ tác động gần như toàn diện, mạnh mẽ ở tất cả các khâu.

ĐMST về sản phẩm giúp cho công ty tăng doanh thu, lợi nhuận, mở rộng thị trường, làm tăng sự hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên, đổi mới với sản phẩm mới, sự thành công phụ thuộc rất lớn bởi chiến lược sản phẩm và cách thức phân phối (trên cơ sở khảo sát thị trường, giá trị của sản phẩm, chiến lược marketing,...). Do vậy, ĐMST sản phẩm thường đi kèm với ĐMST marketing, quy trình, cả marketing, và thậm chí cả cơ cấu tổ chức.

ĐMST về quy trình giúp công ty nâng cao năng suất, kiểm soát chất lượng sản phẩm, tiết kiệm chi phí thời gian, chi phí quản lý, nguyên nhiên vật liệu,.. Tất nhiên, nó sẽ tác động đến cả đội ngũ nhân sự, cơ cấu tổ chức.

ĐMST về marketing tác động đến độ mở thị trường sản phẩm, phát triển mạng lưới phân phối, khách hàng và đặc biệt là xây dựng và nâng cao vị thế của thương hiệu.

ĐMST về tổ chức tác động đến hiệu quả quản lý, năng suất lao động, doanh thu, chi phí,

thu nhập,...

Tuy có sự riêng rẽ về lý thuyết, nhưng trong thực tiễn, chỉ một loại hình ĐMST cũng sẽ tác động đa chiều và mọi mặt của công ty. Không chỉ tác động đến các mặt trong nội bộ công ty mà còn tác động ra ngoài công ty (khách hàng, đối tác, các thành tố trong chuỗi giá trị...). ĐMST có tác động tích cực, và là động lực phát triển, nhưng luôn tồn tại những mặt tiêu cực tức thời (tác động đến những người chậm đổi mới, năng lực hấp thụ kém,... từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến công ty). Do vậy, đội ngũ lãnh đạo công ty rất cần hiểu biết và kỹ năng quản lý sự thay đổi.

4. Những yếu tố ảnh hưởng đến ĐMST

Tầm nhìn và chiến lược của công ty

Đây là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến ĐMST cũng như năng lực đổi mới sáng tạo của công ty. Theo Lawson (2001), mối liên hệ giữa tầm nhìn, chiến lược và đổi mới sáng tạo là quan trọng để quản lý đổi mới sáng tạo hiệu quả. Chiến lược xác định phân bổ nguồn lực, sản phẩm, quá trình và hệ thống giúp doanh nghiệp thích nghi với sự bất định của môi trường kinh doanh. Sự thành công của đổi mới sáng tạo đòi hỏi tầm nhìn rõ ràng và sự nhấn mạnh vào định hướng chiến lược thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Một chiến lược đổi mới sáng tạo được hoạch định tốt

sẽ được tích hợp với chiến lược kinh doanh để đảm bảo cả hai chiến lược đều có chung một tầm nhìn và sứ mệnh chung (Wong, 2005). Một tầm nhìn, chiến lược tốt sẽ thúc đẩy ĐMST.

Nhận thức và sự ủng hộ của lãnh đạo công ty

Lãnh đạo công ty có một vai trò cốt yếu trong việc tạo ra môi trường thích hợp và đưa ra quyết định thúc đẩy sáng tạo và áp dụng ý tưởng, tri thức thành công. Từ nghiên cứu cho đến thực tiễn chỉ ra rằng: lãnh đạo trao quyền và nâng cao phẩm chất cá nhân của cấp dưới thì càng thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Hơn nữa, nhận thức và sự ủng hộ của lãnh đạo công ty sẽ góp phần quan trọng tạo dựng môi trường cũng như văn hóa công ty thúc đẩy việc chia sẻ tri thức cũng như ĐMST.

Năng lực tài chính

Nguồn lực tài chính ảnh hưởng đến thành công của quá trình ĐMST. Thiếu nguồn lực tài chính sẽ hạn chế thành công thậm chí thất bại của quá trình ĐMST. Do vậy, doanh nghiệp cần cân nhắc lựa chọn các loại ĐMST phù hợp với nguồn lực của mình trong đó có nguồn lực tài chính.

Năng lực hấp thụ

Đây chính là yếu tố quyết định đến mức độ thành bại của ĐMST, bởi nó liên quan đến năng lực tổ chức và nhân lực của công ty. Năng lực hấp thụ là khả năng thu nhận, đồng hóa, biến đổi và khai thác kiến thức, có thể xác định mức độ đổi mới sáng tạo và năng lực của tổ chức (Vinding, 2006). Do vậy, ĐMST hệ thống tổ chức, quản lý thường đi kèm với các loại ĐMST khác. Đồng thời, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và xây dựng hệ thống quản lý tối ưu là yếu tố quan tâm hàng đầu và liên tục để nâng cao năng lực hấp thụ ĐMST.

Văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa liên quan đến giá trị và niềm tin của doanh nghiệp. Smith (2008) chỉ ra rằng: văn hóa và môi trường thích hợp đóng vai trò rất lớn đến sự thành bại của đổi mới sáng tạo. Văn hóa thúc đẩy năng lực đổi mới sáng tạo ở các yếu tố:

giá trị, niềm tin và nhân tố đổi mới chủ chốt.

Áp lực

Áp lực tác động đến ĐMST có thể đến từ trên (công ty mẹ, tập đoàn...) đòi hỏi nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và sự ĐMST đồng bộ trong hệ thống tổ chức, có thể đến từ yêu cầu đòi hỏi tự thân của chính công ty. Từ áp lực tạo nên sự nỗ lực quyết tâm của cả tổ chức/công ty với một văn hóa đổi mới sẵn có.

5. Hệ sinh thái ĐMST

ĐMST là một quá trình mang tính tích lũy, tương tác qua lại và có tính học hỏi. Bởi vì, các doanh nghiệp khó có thể ĐMST một cách hoàn toàn độc lập mà cần phải có tương tác, hợp tác với các tổ chức khoa học (các viện nghiên cứu, các trường đại học, các đối tác, đối thủ cạnh tranh, khách hàng, ngân hàng...) và thể chế (luật pháp, quy định của Chính phủ) để có thể ĐMST thành công. Tất cả thể chế và các tổ chức này hợp lại, tương tác qua lại tạo nên Hệ sinh thái ĐMST, trong đó doanh nghiệp là chủ thể. Hệ sinh thái ĐMST có cấp độ quốc gia, cấp ngành, cấp vùng và địa phương.

* * *

Chức năng của đổi mới sáng tạo chính là đưa sự sáng tạo, tri thức và tính mới thâm nhập vào hệ thống kinh tế xã hội nhằm tạo ra giá trị mới. Nếu không có ĐMST, doanh nghiệp nói riêng, nền kinh tế nói chung sẽ rơi vào trạng thái tĩnh và không tạo ra được giá trị mới cho phát triển. Do đó, ĐMST đóng vai trò thiết yếu đối với tăng trưởng kinh tế cũng như phát triển xã hội.

Ảnh hưởng đến năng lực cũng như sự thành bại của ĐMST có các yếu tố: chiến lược, nhận thức của lãnh đạo, năng lực tài chính, năng lực hấp thụ, văn hóa doanh nghiệp, áp lực, trong đó những yếu tố mang tính quyết định là văn hóa đổi mới và năng lực hấp thụ của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, hệ sinh thái đổi mới sáng tạo có vai trò cực kỳ quan trọng giúp cho doanh nghiệp ĐMST thành công.□

(Xem tiếp kỳ sau)

Kỳ Sơn:

NHỮNG THỂ MẠNH DU LỊCH CẦN ĐƯỢC

“đánh thức”

11 Bàn tròn tháng



LTS: Kỳ Sơn là huyện miền núi, biên giới phía Tây tỉnh Nghệ An, cách thành phố Vinh 250 km, có diện tích tự nhiên 209.484 ha (đồi núi chiếm trên 98%, diện tích đất bằng chiếm trên 1%), có đường biên giới giáp ranh với nước bạn Lào dài 203,409 km, có Cửa khẩu quốc tế Nậm Cắn.

Với tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng do có địa hình núi non hùng vĩ và văn hóa dân tộc thiểu số còn giữ được các nét nguyên bản, chưa được khám phá hết nên rất hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước. Đây là nền tảng, là cơ hội cho việc phát triển du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch văn hóa tâm linh, du lịch canh nông, du lịch cộng đồng...

Để tiếp tục từng bước cụ thể hóa Đề án “Xây dựng và phát triển du lịch huyện Kỳ Sơn giai đoạn 2020-2025, tầm nhìn 2030” của UBND huyện Kỳ Sơn, đồng thời “hiến kế” giúp huyện khai thác hiệu quả các thể mạnh về du lịch, Đặc san Khoa học Xã hội và Nhân văn Nghệ An lược đăng ý kiến của các chuyên gia, nhà khoa học, nhà nghiên cứu, các doanh nghiệp tại Hội thảo quốc tế “Phát triển bền vững du lịch huyện Kỳ Sơn: Thực trạng và vấn đề”. Trên các bình diện và góc độ chuyên môn, các chuyên gia đã đề xuất hướng đi khả thi, hiệu quả, phù hợp với điều kiện của địa phương, theo chủ trương của lãnh đạo huyện cũng như khát vọng của bà con các dân tộc trong bối cảnh hội nhập khu vực và quốc tế.