VNU Journal of Economics and Business, Vol. 3, No. 5 (2023) 46-54

VNU Journal of Economics and Business

Journal homepage: https://jebvn.ueb.edu.vn

Original Article

Internal Factors Affecting the Product Innovation Performance of Textile and Garment Companies Listed on the Vietnamese Stock Market

Nguyen Dac Thanh*

Thuongmai University, No. 79 Ho Tung Mau Road, Cau Giay District, Hanoi, Vietnam

Received: August 13, 2023
Revised: September 25, 2023; Accepted: October 25, 2023

Abstract: By using data gathered from 34 textile and garment companies, this study looks at the effect of internal factor research on product innovation of textile and apparel companies listed on the stock market between 2016 and 2022. The empirical results confirmed the impact of company financial performance and the ratio of development investment on the probability of product innovation when using Logit regression with panel data. Furthermore, the study reveals the impact on the ability to innovate products is a fixed effect model. Lastly, several managerial implementations were proposed based on the analysis of the data.

Keywords: Product innovation, textile and garment companies, Vietnam stock market, Logit regression.

* Corresponding author
E-mail address: thanhnd@tmu.edu.vn
https://doi.org/10.57110/jebvn.v3i1.240
Copyright © 2023 The author(s)
Licensing: This article is published under a CC BY-NC 4.0 license.

Ảnh hưởng của yếu tố nội tại đến đổi mới sản phẩm của các doanh nghiệp dệt may niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Nguyễn Đắc Thành*

Trường Đại học Thương mại, 79 Hồ Tùng Mậu, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 13 tháng 8 năm 2023
Chỉnh sửa ngày 25 tháng 9 năm 2023; Chấp nhận đăng ngày 25 tháng 10 năm 2023

Tóm tắt: Nghiên cứu này xem xét tác động của các yếu tố nội tại đến đổi mới sản phẩm của các doanh nghiệp dệt may niêm yết trên thị trường chứng khoán giai đoạn 2016-2022, với bộ dữ liệu được thu thập từ 34 doanh nghiệp dệt may. Sử dụng mô hình hồi quy dữ liệu bảng Logit, kết quả thực nghiệm chỉ ra ảnh hưởng của kết quả tài chính doanh nghiệp và tỷ lệ quỹ đầu tư phát triển đến đổi mới sản phẩm của các doanh nghiệp dệt may là rất đáng kể. Bên cạnh đó, nghiên cứu phát hiện ra tác động của các biến giải thích này đến khả năng đổi mới sản phẩm của các doanh nghiệp dệt may là tác động cố định. Cuối cùng, trên cơ sở kết quả phân tích, nghiên cứu đưa ra hàm ý khuyến nghị nhằm góp phần thúc đẩy quản trị đổi mới sản phẩm cho các doanh nghiệp.

Từ khóa: Đổi mới sản phẩm, doanh nghiệp dệt may niêm yết, Việt Nam, hồi quy logit.

1. Giới thiệu

Thuật ngữ "đổi mới sáng tạo" (ĐMST) được Schumpeter đề xuất năm 1920, theo đó ĐMST được phản ánh ở kết quả đầu ra. Trong tiếng Latin, ĐMST có nguồn gốc từ "nova", nghĩa là "mới". ĐMST thường được hiểu là sự mở đầu cho một giải pháp nào đó khác với các giải pháp đã triển khai. Một trong những định nghĩa được thừa nhận rộng rãi là: "ĐMST được hiểu là việc thực hiện một sản phẩm hoàn toàn mới hoặc được cải thiện đáng kể, quy trình, kỹ thuật tiếp thị mới hoặc một phương pháp tổ chức mới trong hoạt động kinh doanh, tổ chức nơi làm việc" (OECD, 2018). Theo đó, ĐMST có 4 loại hình gồm đổi mới sản phẩm (ĐMSP), ĐMST quy trình, ĐMST marketing và ĐMST tổ chức, trong đó loại hình ĐMSP và ĐMST quy trình là hai loại ĐMST phổ biến nhất.

Trong bối cảnh hậu COVID-19, khách hàng ngày càng yêu cầu sản phẩm có tính năng tiên tiến và độc đáo. Vì vậy, ĐMSP được xem là hướng đi giúp các doanh nghiệp cải thiện tính cạnh tranh của hàng hóa, tạo ra lợi thế mới đáp ứng cả khách hàng hiện hữu và tiềm ẩn. ĐMSP giúp doanh nghiệp cải thiện tính năng gia tăng giá trị mới cho khách hàng, từ đó khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng hơn với quyết định mua hàng. Trong thời đại cách mạng tiêu dùng thông minh, ĐMSP được coi là một hướng đi để doanh nghiệp thích ứng với xu hướng tiêu thụ mới. Khi doanh nghiệp thực thi ĐMSP thành công thì có thể thu hút thêm khách hàng tiềm năng và tăng doanh số.

Ngành dệt may là một ngành xuất khẩu chủ lực, đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu cao của Việt Nam. Trong bối cảnh COVID-19, xuất khẩu toàn ngành vẫn tăng trưởng, với giá trị trong 3 năm gần đây nhất lần lượt là 29,5; 32,8 và 37,5 tỷ USD, đứng thứ ba về quy mô, sau Trung Quốc và Bangladesh. Tuy vậy, năm 2023 và các năm tiếp theo sẽ có nhiều thách thức to lớn đến từ thị

* Tác giả liên hệ
Địa chỉ email: thanhnd@tmu.edu.vn
https://doi.org/10.57110/jebvn.v3i1.240
Bản quyền @ 2023 (Các) tác giả
Bài báo này được xuất bản theo CC BY-NC 4.0 license.

trường chính như Mỹ và EU, cùng với đó là các yêu cầu mới liên quan môi trường, năng lượng đối với hàng nhập khẩu. Cơ chế điều chỉnh biên giới các-bon (CBAM) và Thỏa thuận xanh của EU có tác động trực tiếp đến các sản phẩm và các nhà sản xuất dệt may Việt Nam, đòi hỏi hàng dệt may phải được dán nhãn sinh thái cũng như nguyên liệu và quy trình sản xuất thân thiện với môi trường (Hùng và Bình, 2023). Do vậy, việc áp dụng chiến lược xuất khẩu xanh mang lại sự thiện cảm và chấp nhận của nhà nhập khẩu. Để đáp ứng nhu cầu và xu hướng này, các doanh nghiệp dệt may phải nỗ lực nâng cao chất lượng sản phẩm, đầu tư công nghệ và cải tiến phương thức sản xuất. Do đó, ĐMSP là hướng đi đúng đắn để xác lập, duy trì và phát triển lợi thế cạnh tranh xuất khẩu bền vững. Tuy nhiên, để ĐMSP thành công thì cải thiện các yếu tố nội tại của doanh nghiệp đóng vai trò vô cùng quan trọng. Sự thúc đẩy hay kìm hãm của nhóm yếu tố này đều sẽ ảnh hưởng đến khả năng thành công của doanh nghiệp trong việc ĐMSP triệt để.

Công ty niêm yết là hình thức phát triển cao nhất, thường là các doanh nghiệp dẫn đầu ngành về cả khía cạnh tài chính và phi tài chính. Nhóm doanh nghiệp dệt may niêm yết có động lực và yêu cầu bắt buộc phải ĐMSP bởi vòng đời sản phẩm thời trang đang ngắn dần và để đạt thành công thì doanh nghiệp cần phát triển được năng lực có lợi thế ở cấp độ sản phẩm. Doanh nghiệp cần tập trung vào việc phát triển và cải tiến sản phẩm, với điểm khởi đầu là nhận diện và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng. Trên góc độ học thuật, các nghiên cứu về ĐMSP ngày càng gia tăng thường tập trung vào yếu tố nội tại hoặc bên ngoài doanh nghiệp.

Bên cạnh môi trường bên ngoài doanh nghiệp (yếu tố vĩ mô và yếu tố thuộc ngành kinh doanh) thì các yếu tố nội tại cũng ảnh hưởng quan trọng đến ĐMSP của bất kỳ doanh nghiệp nào. Có nhiều cách hiểu khác nhau về yếu tố nội tại, tuy nhiên có thể thống nhất "nội tại" tức là thuộc về bên trong, là những thứ mà doanh nghiệp có thể kiểm soát, thay đổi và can thiệp. Các nghiên cứu trong lĩnh vực quản lý doanh nghiệp đã xác định các đặc điểm nội tại của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hành vi ĐMST (Vega-Jurado và cộng sự, 2008). Trong nghiên cứu này, tác giả tiếp cận cách phân loại yếu tố nội tại thành yếu tố tài chính và yếu tố phi tài chính. Điều này là phù hợp khi các doanh nghiệp niêm yết là đối tượng bắt buộc công bố thông tin định kỳ và bất thường. Các báo cáo và thông tin của doanh nghiệp niêm yết là công khai, minh bạch và phải tuân thủ theo quy định của pháp luật, do vậy dữ liệu thu thập từ nhóm doanh nghiệp này có thể đảm bảo tin cậy để áp dụng trong phân tích định lượng. Phép đo lường xác định các chỉ tiêu dựa trên nhiều loại báo cáo được kiểm toán và hoàn toàn được sử dụng tốt trong các nghiên cứu thực nghiệm. Do đó, nghiên cứu hướng đến tìm hiểu cơ chế tác động của các yếu tố nội tại đến khả năng ĐMSP tại các doanh nghiệp dệt may niêm yết nhằm cung cấp cái nhìn tổng thể về hiệu ứng của các tác nhân nội tại đến triển khai ĐMSP may mặc. Từ đó, các nhà quản lý doanh nghiệp có bằng chứng thực nghiệm để cải thiện yếu tố nội tại và thực thi ĐMSP hiệu quả hơn, trong khi các nhà đầu tư có thể định giá đúng giá trị của doanh nghiệp và đưa ra quyết định đầu tư thông minh hơn. Tính mới của nghiên cứu là tìm ra tác động của các yếu tố nội tại đến thực thi ĐMSP theo chiều dọc trong một khoảng thời gian liên tục dài. Điều này cho phép cả nhà khoa học lẫn nhà quản trị doanh nghiệp hiểu biết sâu sắc hơn về mối tương quan giữa các yếu tố nội tại doanh nghiệp và ĐMSP, đồng thời mở rộng và làm phong phú hơn về mô hình lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng quyết định đến chương trình phát triển sản phẩm mới của doanh nghiệp.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Ảnh hưởng của các yếu tố phi tài chính đến ĐMSP

Mối quan hệ giữa đầu tư R&D và ĐMSP

Mối quan hệ giữa R&D và ĐMSP được tìm thấy trong các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm. R&D kết hợp với tri thức hiện có bên trong sẽ giúp doanh nghiệp tạo ra những ý tưởng ĐMSP mới (Zahra và George, 2002; Zhou và Wu, 2010). R&D cũng giúp doanh nghiệp thay đổi cách nhìn nhận về thế giới dẫn đến những đổi mới đột phá (Zahra và Chaples, 1993), chẳng hạn như định hình lại cơ sở tri thức của doanh nghiệp, sửa đổi kiến thức hiện có phù hợp với vòng tròn học tập khép kín, có lợi cho ĐMSP. Kiến thức công nghệ mới cho phép một doanh nghiệp suy nghĩ về ĐMST quy trình và phương thức kinh doanh của mình, từ đó nhận ra những cơ hội mới để ĐMSP (Foss và cộng sự, 2013). Carvache-Franco và cộng sự (2020) chỉ ra việc tăng cường độ R&D có quan hệ tích cực với ĐMSP và đổi

mới quy trình ở Ecuador và Peru, tuy nhiên không có mối quan hệ nào được tìm thấy ở Chi-lê.

Mối quan hệ giữa đặc điểm/quy mô doanh nghiệp và ĐMSP

Ettlie và Rubenstein (1987) đưa ra giả thuyết rằng các doanh nghiệp lớn với nhiều nguồn lực hơn có nhiều khả năng thương mại hóa thành công các sản phẩm hoàn toàn mới. Mối quan hệ này có hình dạng giống chữ U hoặc chữ U ngược, doanh nghiệp lớn hơn có nhiều khả năng áp dụng các công nghệ xử lý mới đầy tham vọng hơn để giới thiệu sản phẩm mới. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa được đặc trưng bởi sự linh hoạt và phản hồi nhanh chóng thường khuyến khích ĐMST (Bower và Christensen, 1995; Koberg và cộng sự, 2003; Nieto và Santamaría, 2010; Schumpeter, 1942), nhưng chúng lại ít có khả năng tiếp cận các nguồn lực và năng lực quan trọng để ĐMST (Hewitt-Dundas, 2006), đổi lại tính kinh tế theo quy mô được tạo ra trong các doanh nghiệp lớn hơn dẫn họ đến một vị trí tốt hơn trong các hoạt động ĐMST đòi hỏi đầu tư vào công nghệ và tài sản vô hình (Cohen và Klepper, 1996; Nieto và Santamaría, 2010; Rogers, 2004).

2.2 Ảnh hưởng của các yếu tố tài chính đến ĐMSP

Mối quan hệ giữa cấu trúc vốn và ĐMSP

Một số nghiên cứu đã cung cấp sự hỗ trợ thực nghiệm cho lý thuyết trật tự phân hạng trong trường hợp tài trợ cho ĐMST (Capizzi và cộng sự, 2011; O'brien, 2003), ủng hộ mối quan hệ giữa cấu trúc vốn và ĐMST. Bartoloni (2013) chỉ ra các doanh nghiệp Italia ưa thích sử dụng vốn chủ và chỉ sử dụng nguồn tài trợ bên ngoài khi nỗ lực ĐMST của họ tăng lên và nguồn vốn bên trong không đủ. Việc đầu tư vào sản phẩm mới, sản phẩm cải tiến là khá rủi ro, các chủ doanh nghiệp thường thận trọng khi tài trợ, ít sẵn sàng sử dụng nguồn vốn vay để tài trợ cho các dự án ĐMSP bền vững so với sử dụng vốn tự có. Aibar-Guzmán và cộng sự (2022) chỉ ra các doanh nghiệp nông sản thực phẩm sử dụng cả nguồn vốn tự có và nợ để tài trợ cho các dự án ĐMSP bền vững.

Mối quan hệ giữa kết quả tài chính và ĐMSP

Mối quan hệ giữa kết quả tài chính và ĐMSP có thể ở dạng một chiều hoặc hai chiều. Schumpeter (1934) lập luận rằng các sản phẩm sáng tạo mới khi lần đầu tung ra thị trường sẽ mang lại lợi thế cạnh tranh, cho phép doanh nghiệp hưởng doanh thu và lợi nhuận tương đối cao. Động cơ cuối cùng để doanh nghiệp thực hiện ĐMST là nhằm cải thiện kết quả kinh doanh (Varis và Littunen, 2010; Tuân, 2016). Kết quả tài chính có thể được đo lường bằng nhiều thước đo khác nhau tùy thuộc vào mục đích nghiên cứu, tuy nhiên thước đo phổ biến nhất là ROA, ROE, ROS (Dessí và Robertson, 2003; Omondi và Muturi, 2013). Các nghiên cứu có thể sử dụng cả ba chỉ tiêu ROA, ROS, ROE là biến phụ thuộc, hoặc chỉ sử dụng ROA và ROE. Nghiên cứu này đánh giá tác động của kết quả tài chính tới khả năng ĐMSP của doanh nghiệp dệt may niêm yết, vì lợi nhuận liên quan chặt chẽ đến tài sản và nguồn vốn.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Đo lường các biến số trong mô hình

Mẫu được thu thập trên cả 3 sàn giao dịch HOSE (5 doanh nghiệp), HNX (4 doanh nghiệp) và Upcom (25 doanh nghiệp). Bảng 1 thể hiện các biến số chính được tính toán và thu thập từ nguồn dữ liệu.

Bảng 1: Đo lường biến số chính của mô hình

Biến số	Đo lường	Nguồn thu thập
Kết quả tài chính	ROA = Lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản ROE = Lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu	Bảng cân đối kế toán hợp nhất Báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất
Tỷ lệ ĐTPT	Tỷ số giữa quỹ ĐTPT	Báo cáo kết quả kinh doanh hợp nhất
ĐMSP	Doanh nghiệp có giới thiệu sản phẩm mới trong năm	Bằng 1 nếu có giới thiệu sản phẩm mới; bằng 0 nếu ngược lại. Ghi chú trong thuyết minh báo cáo tài chính.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả.

3.2. Mô hình hồi quy dữ liệu bảng Logit

Mô hình Logit xem xét sự phụ thuộc của một biến nhị phân vào các biến độc lập. Trong nghiên cứu xác suất xảy ra ĐMSP thì mô hình Logit có thể ước lượng xác suất thực hiện ĐMSP của một doanh nghiệp có xảy ra hay không. Biến phụ thuộc Y nhận một trong hai giá trị 0 hoặc 1 trong nghiên cứu ĐMSP. Y = 1, nếu doanh nghiệp có giới thiệu sản phẩm mới ra thị trường hoặc có cải tiến sản phẩm hiện tại, Y = 0 nếu ngược lại. Số liệu bảng là tập số liệu thu thập được trên cùng một tập hợp các doanh nghiệp dệt may niêm yết giai đoạn 2016-2022 - giai đoạn mà hầu hết các doanh nghiệp ngành này đều đã niêm yết trên sàn.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 2 thể hiện đặc điểm của các biến số chính trong mô hình.

Bảng 2: Thống kê mô tả một số biến số chính

Biến số	Số lượng quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch tiêu chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
Cấu trúc vốn	236	1,735692	1,54151	-2,25652	7,110227
Quy mô doanh nghiệp	236	27,02978	1,663782	21,49811	30,71727
Tuổi doanh nghiệp	235	34,66809	16,4595	0	76
ROA	238	0,0117658	0,4261403	-6,104537	0,3223729
ROE	238	0,1384748	0,2088895	-1,191794	1,689076
Tỷ lệ quỹ ĐTPT	238	1,276145	7,571049	-65,40393	64,25582
Thời gian lên sàn	183	5,273224	4,833684	0	20

Nguồn: Tính toán của tác giả với Stata 15.

Kết quả cho thấy trong giai đoạn 2016-2022, nhóm doanh nghiệp dệt may niêm yết có tổng nợ gấp hơn 1,7 lần trên vốn chủ sở hữu, trong đó có doanh nghiệp đạt tỷ số này cao nhất là 7,11. Điều này cho thấy các doanh nghiệp sử dụng đòn bẩy tài chính khá cao. Về thời gian hoạt động, doanh nghiệp lâu đời nhất là 76 năm; tính trung bình tuổi hoạt động của doanh nghiệp là 34,7 năm. Về tình hình kinh doanh, ROA của các doanh nghiệp chỉ đạt 0,012 (1,2%) với độ lệch chuẩn 0,426, trong đó có doanh nghiệp đạt cao nhất là 32,24%. ROE trung bình khoảng 13,85%, trong đó doanh nghiệp đạt cao nhất là 169%. Ngoài ra, quỹ đầu tư và phát triển có vai trò then chốt trong quá trình phát triển của doanh nghiệp, trung bình đạt tỷ lệ 1,276.

4.2. Tương quan giữa các biến số

Bảng 3: Ma trận tương quan giữa các biến số

Hệ số tương quan	ĐMSP	Cấu trúc vốn	Quy mô doanh nghiệp	Tuổi doanh nghiệp	ROA	ROE	Tỷ lệ quỹ ĐTPT
ĐMSP	1,0000						
Cấu trúc vốn	0,1538**	1,0000					
Quy mô doanh nghiệp	0,2021***	0,3848***	1,0000				
Tuổi doanh nghiệp	0,1562**	0,1880***	0,0942	1,0000			
ROA	0,2154***	0,1632**	0,3497***	-0,0278	1,0000		
ROE	0,2697***	-0,0374	0,2103***	0,1645**	-0,0219	1,0000	
Tỷ lệ quỹ ĐTPT	0,2397***	-0,0079	0,0371	-0,0001	0,0401	-0,0120	1,0000

Ghi chú: ***Mức ý nghĩa p < 0,01; **p < 0,05; *p < 0,1.
Nguồn: Tính toán của tác giả với Stata 15.

Bảng 3 cho thấy tất cả các biến độc lập đều có tương quan thuận chiều đến biến phụ thuộc (DMSPnew), có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5% (cấu trúc vốn và tuổi doanh nghiệp) và tương quan ở mức ý nghĩa 1% (quy mô doanh nghiệp, ROA, ROE và tỷ lệ quỹ đầu tư phát triển). Qua phân tích tương quan giữa các biến, nghiên cứu nhận thấy trong 7 biến ở bảng ma trận hệ số tương quan thì có những biến có tương quan chặt với nhau, do đó nghiên cứu sử dụng phương pháp đưa dần từng biến vào mô hình Logit dữ liệu bảng.

4.3. Kết quả mô hình Logit dữ liệu bảng

Nghiên cứu sử dụng mô hình tác động ngẫu nhiên (random effect) và tác động cố định (fixed effect) để xác định mô hình hồi quy phù hợp, kết hợp với kiểm định Hausman (Hausman, 1978).

Bảng 4: Kết quả kiểm định Hausman lựa chọn mô hình Logit

	Hệ số			
	(b)	**(B)**	**(b-B)**	**Căn bậc ai của (diag(V_b-V_B))**
	Mô hình FEM	Mô hình REM	Sự khác biệt	S.E
ROA	3,14808	7,039443	-3,891364	5,059634
ROE	8,430709	4,758494	3,672215	3,129319
Tỷ lệ quỹ ĐTPT	0,3375768	0,409567	-0,0719903	0,1119239

Ghi chú: b = nhất quán theo giả thuyết trống Ho và giả thuyết thay thế Ha; thu được từ xtlogit;
B = không nhất quán theo giả thuyết thay thế Ha, hiệu quả theo giả thuyết trống Ho; thu được từ xtlogit;
Kiểm định: Ho: chênh lệch hệ số không mang tính hệ thống;
Chi-bình phương (3) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B) = 39,54;
Xác suất > chi-bình phương = 0,0000.
Nguồn: Tính toán của tác giả với Stata 15.

Kết quả kiểm định Hausman cho thấy Chi2(3) = 39,54 và Prob > Chi2 = 0,0000 < 0,05 (Nếu lớn hơn 0,05 thì chấp nhận giả thuyết trống H0, mô hình được chọn là mô hình tác động ngẫu nhiên REM còn nếu nhỏ hơn 0,05 thì bác bỏ giả thiết Ho. Mô hình được chọn là mô hình tác động cố định FEM). Do đó, mô hình tác động cố định là phù hợp. Bảng 5 trình bày kết quả của mô hình Logit với tác động cố định.

Bảng 5: Kết quả mô hình Logit với tác động cố định

Hồi quy Logistic với dữ liệu bảng		Số lượng quan sát			=	238
		LR chi – bình phương (3)			=	76,68
		Xác suất > chi – bình phương			=	0,0000
		Hệ số Pseudo R^2			=	0,2659
		Kiểm định Logarit hàm cực đại			=	-105,84018
ĐMSP	**Hệ số Odds**	**Sai số chuẩn**	**Thống kê z**	**p>|z|**	**[Khoảng tin cậy 95%]**	
ROA	1139,845	2315,884	3,46	**0,001**	21,25267	61133,29
ROE	116,6221	166,5057	3,33	**0,001**	7,103761	1914,578
Tỷ lệ quỹ ĐTPT	1,50628	0,1765957	3,49	**0,000**	1,197047	1,895397
Hằng số	0,5978503	0,2090919	-1,47	0,141	,3012269	1,186564

Nguồn: Tính toán của tác giả với Stata 15.

Kiểm định Wald cho thấy các yếu tố ROA, ROE và tỷ lệ quỹ đầu tư phát triển trên lợi nhuận sau thuế (gọi tắt là ĐTPT) đều có ý nghĩa thống kê. Như vậy, các hệ số hồi quy tìm được có ý nghĩa và mô hình của nghiên cứu này được sử dụng tốt, có thể giải thích ý nghĩa của các biến số tác động đến ĐMSP của doanh nghiệp dệt may niêm yết. Cụ thể, tất cả 3 yếu tố trên đều làm tăng khả năng ĐMSP của doanh nghiệp, trong đó ROA và ROE có tác động mạnh hơn cả.

Với bộ dữ liệu 238 quan sát sử dụng ước lượng mô hình hồi quy Logit dữ liệu bảng: Có 205 quan sát thuộc nhóm Y = 1, mô hình phân nhóm đúng 165 quan sát, đạt tỷ lệ 80,49%; trong 33 quan sát có Y = 0, mô hình phân nhóm đúng 30 quan sát, đạt tỷ lệ 90,91%; tổng kết lại mô hình phân nhóm đúng 195 (165+30) quan sát trong tổng số 238 quan sát của dữ liệu giai đoạn 2016-2022, như vậy hiệu suất đạt 81,93%. Mô hình Logit với dữ liệu bảng có sai lầm loại I và sai lầm loại II.

Bảng 6: Đánh giá chất lượng của mô hình Logit dữ liệu bảng

TT	Mô hình Logit với dữ liệu bảng	Tỷ lệ dự đoán chính xác (%)
1	Hiệu suất (mức độ dự đoán đúng)	81,93
2	Sai lầm loại I	9,09
3	Sai lầm loại II	19,51

Nguồn: Tính toán của tác giả với Stata 15.

Ngoài việc quan tâm đến mức độ dự đoán đúng của mô hình thì cần chú ý đến tỷ lệ sai lầm loại I (doanh nghiệp có khả năng ĐMSP cao nhưng dự báo là khả năng không ĐMSP) và sai lầm loại II (DN có khả năng không ĐMSP nhưng lại dự báo là có khả năng ĐMSP cao). Đối với mô hình dự báo, sai lầm loại I sẽ được quan tâm hơn do hậu quả của nó thường nghiêm trọng hơn so với sai lầm loại II.

Từ tập hợp các biến số ban đầu và cuối cùng, mô hình hồi quy Logit còn lại 3 biến là ROA, ROE và tỷ lệ quỹ ĐTPT. Nghiên cứu tiến hành kiểm định việc lựa chọn mô hình tác động cố định và tác động ngẫu nhiên, kết quả là mô hình tác động cố định được lựa chọn. Như vậy, tác động của 3 biến trên đến ĐMSP của doanh nghiệp dệt may là tác động cố định. Các doanh nghiệp có kết quả tài chính (ROA, ROE) càng cao thì càng có khả năng ĐMSP; đồng thời các doanh nghiệp có tỷ lệ quỹ ĐTPT càng tăng thì càng tăng khả năng ĐMSP. Kết quả cho thấy các doanh nghiệp cần đầu tư đáng kể vào R&D, tăng chi phí tiếp thị để thương mại hóa các sản phẩm đổi mới và tập trung sự chú ý của ban quản lý vào toàn bộ quá trình. Thực tế vẫn còn không ít doanh nghiệp không trích lập quỹ đầu tư cho phát triển khoa học công nghệ.

Kết quả nghiên cứu chỉ ra hiệu quả tài chính có tác động cùng chiều đến khả năng ĐMSP của doanh nghiệp – đây là điểm mới bởi các nghiên cứu trước chỉ cung cấp bằng chứng về ảnh hưởng của ĐMSP đến hiệu quả tài chính. Một sự giải thích hợp lý là phát triển sản phẩm may mặc mới đòi hỏi doanh nghiệp phải có nền tảng nguồn lực tài chính lớn, doanh nghiệp có kết quả kinh doanh tốt có thể ở một vị trí tốt hơn để ĐMSP thời trang. Phát hiện này đồng thuận với kết quả nghiên cứu của Ali (1994), Xin và cộng sự (2008), củng cố hơn nữa nhận định về việc phát triển hay giới thiệu sản phẩm may mặc mới chịu sự chi phối của hiệu quả tài chính doanh nghiệp.

5. Hàm ý khuyến nghị

Thứ nhất, nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp dệt may niêm yết. Đây là giải pháp nền tảng giúp doanh nghiệp có đủ nguồn lực, đặc biệt là huy động nguồn vốn để đầu tư cho các chương trình cải tiến và phát triển sản phẩm thời trang mới. Để thực hiện giải pháp này, doanh nghiệp cần tích cực, chủ động tìm kiếm đơn hàng, sẵn sàng chấp nhận cả những đơn hàng có tính mùa vụ, thời gian giao nhanh nhằm đáp ứng các nhu cầu đa dạng.

Thứ hai, tăng cường trích lập quỹ ĐTPT và chú trọng tập trung vào đầu tư R&D. Đầu tư R&D là giải pháp quan trọng để doanh nghiệp có thể phát triển các công nghệ mới, tiên tiến, thân thiện với môi trường. Doanh nghiệp cần tăng cường trích lập quỹ ĐTPT và tập trung ngân sách cho các hoạt động R&D, như cải tiến, nâng cấp và tạo ra công nghệ mới. Ngoài ra, doanh nghiệp cần tiếp tục chú trọng sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường, đầu tư để tạo ra sự khác biệt sâu hơn về chức năng sản phẩm và hàng thời trang bền vững, thời trang vì sức khỏe - một thị trường ngách mới nổi kể từ sau đại dịch COVID-19.

Cuối cùng, các doanh nghiệp cần bám sát Chiến lược phát triển ngành dệt may đến 2030, tầm nhìn 2045 (Thủ tướng Chính phủ, 2023). Quyết định này đã đặt ra các mục tiêu cụ thể về phát triển bền vững trong ngành dệt may, bao gồm thúc đẩy kinh tế tuần hoàn. Các doanh nghiệp cần sớm có bước đi thích hợp để tận dụng các cam kết của Chính phủ và tiềm năng của thị trường xuất khẩu lớn.

6. Kết luận

Nghiên cứu đã góp phần làm rõ ảnh hưởng của các yếu tố nội tại đến ĐMSP của các doanh nghiệp dệt may niêm yết. Nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy Logit dữ liệu bảng cho phép đánh giá tỷ lệ dự báo đúng cũng như các sai lầm loại I và loại II. Một số thang đo và cách tính biến số chính của mô hình có thể được sử dụng để kiểm chứng ở các ngành, lĩnh vực khác nhằm xác nhận ảnh hưởng của các yếu tố nội tại đến ĐMSP của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế nhất định, như chỉ xem xét mối quan hệ của các yếu tố nội tại doanh nghiệp đến ĐMSP mà bỏ qua yếu tố khác như môi trường ngành và môi trường vĩ mô.

Một số ngụ ý cho hướng nghiên cứu trong tương lai như: cần có các nghiên cứu thực nghiệm của mô hình trong các ngành khác như dược phẩm, công nghệ thông tin và viễn thông… nhằm xác nhận tính tổng quát của phát hiện; xem xét thêm một số yếu tố vĩ mô cũng như yếu tố thuộc môi trường ngành để làm sâu sắc hơn mối quan hệ giữa các tác nhân thúc đẩy cũng như cản trở việc ĐMSP; mở rộng về quy mô và thời gian nghiên cứu… nhằm mang đến bức tranh toàn diện hơn về mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến ĐMSP của doanh nghiệp.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu được tài trợ bởi Đề tài cấp cơ sở mã số CS-23.63, Trường Đại học Thương mại.

Tài liệu tham khảo

Aibar-Guzmán, B., García-Sánchez, I.-M., Aibar-Guzmán, C., & Hussain, N. (2022). Sustainable product innovation in agri-food industry: Do ownership structure and capital structure matter? *Journal of Innovation & Knowledge, 7*(1), 100160.

Ali, A. (1994). Pioneering versus incremental innovation: Review and research propositions. *Journal of Product Innovation Management, 11*(1), 46-61.

Bartoloni, E. (2013). Capital structure and innovation: causality and determinants. *Empirica, 40*(1), 111-151.

Bower, J. L., & Christensen, C. M. (1995). Disruptive technologies: Catching the wave. *Harvard Business Review, 73*(1), 43-53.

Capizzi, V., Giovannini, R., & Pesic, V. (2011). The role of venture capital and private equity for innovation and development of SMEs: Evidence from Italian puzzle. *Journal of Applied Finance and Banking, 1*(3), 189.

Carvache-Franco, O., Gutiérrez-Candela, G., Guim-Bustos, P., Carvache-Franco, M., & Carvache-Franco, W. (2020). Effect of R&D intensity on the innovative performance of manufacturing companies. Evidence from Ecuador, Peru and Chile. *International Journal of Innovation Science, 12*(5), 509-523.

Cohen, W. M., & Klepper, S. (1996). Firm size and the nature of innovation within industries: the case of process and product R&D. *The Review of Economics and Statistics*, 232-243.

Dessí, R., & Robertson, D. (2003). Debt, incentives and performance: Evidence from UK panel data. *The Economic Journal, 113*(490), 903-919.

Ettlie, J. E., & Rubenstein, A. H. (1987). Firm size and product innovation. *Journal of Product Innovation Management, 4*(2), 89-108.

Foss, N. J., Lyngsie, J., & Zahra, S. A. (2013). The role of external knowledge sources and organizational design in the process of opportunity exploitation. *Strategic Management Journal, 34*(12), 1453-1471.

Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1251-1271.

Hewitt-Dundas, N. (2006). Resource and capability constraints to innovation in small and large plants. *Small Business Economics, 26*, 257-277.

Koberg, C. S., Detienne, D. R., & Heppard, K. A. (2003). An empirical test of environmental, organizational, and process factors affecting incremental and radical innovation. *The Journal of High Technology Management Research, 14*(1), 21-45.

Nieto, M. J., & Santamaría, L. (2010). Technological collaboration: Bridging the innovation gap between small and large firms. *Journal of Small Business Management, 48*(1), 44-69.

Tuan, N. P. (2016). Analysis of innovation in Vietnamese manufacturing firms, VNU Publishing House

O'brien, J. P. (2003). The capital structure implications of pursuing a strategy of innovation. *Strategic Management Journal, 24*(5), 415-431.

OECD (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities: OECD.

Omondi, M. M., & Muturi, W. (2013). Factors affecting the financial performance of listed companies at the Nairobi Securities Exchange in Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting, 4*(15), 99-104.

Rogers, M. (2004). Networks, firm size and innovation. *Small Business Economics, 22*, 141-153.

Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press. Cambridge, MA.

Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper & Row. New York.

The Prime Minister (2023). Decision on approval for the strategy for development of Vietnam's textiles and clothing, leather and footwear industries to 2030, vision to 2035, under number 1643/QĐ-TTg, Date issue: December 29, 2022.

Varis, M., & Littunen, H. (2010). Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management, 13*(2), 128-154.

Vega-Jurado, J., Gutiérrez-Gracia, A., Fernández-de-Lucio, I., & Manjarrés-Henríquez, L. (2008). The effect of external and internal factors on firms' product innovation. *Research Policy, 37*(4), 616-632.

Hung, V. H. & Binh, N. T. (2023). Vietnam's textile export in the new context: Emergin issue and solution. <https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/xuat-khau-det-may-trong-boi-canh-moi---van-de-va--giai-pha-p-5282.4050.html> Accessed 15.9.2023.

Xin, J. Y., Yeung, A. C., & Cheng, T. (2008). Radical innovations in new product development and their financial performance implications: An event study of US manufacturing firms. *Operations Management Research, 1*, 119-128.

Zahra, S. A., & Chaples, S. S. (1993). Blind spots in competitive analysis. *Academy of Management Perspectives, 7*(2), 7-28.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review, 27*(2), 185-203.

Zhou, K. Z., & Wu, F. (2010). Technological capability, strategic flexibility, and product innovation. *Strategic Management Journal, 31*(5), 547-561.